Supplemento ordinario alla "Gazzetta Ufficiale,, n. 41 del 19 febbraio 2011 - Serie generale

Spediz. abb. post. - art. 1, comma 1
Legge 27-02-2004, n. 46 - Filiale di Roma

DELLA REPUBBLICA ITALIANA

PARTE PRIMA **Roma - Sabato, 19 febbraio 2011** SI PUBBLICA TUTTI I GIORNI NON FESTIVI

DIREZIONE E REDAZIONE PRESSO IL MINISTERO DELLA GIUSTIZIA - UFFICIO PUBBLICAZIONE LEGGI E DECRETI - VIA ARENULA 70 - 00186 ROMA
AMMINISTRAZIONE PRESSO L'ISTITUTO POLIGRAFICO E ZECCA DELLO STATO - VIA SALARIA 1027 - 00138 ROMA - CENTRALINO 06-85081 - LIBRERIA DELLO STATO
VIA PRINCIPE UMBERTO 4, 00185 ROMA

AVVISO AL PUBBLICO

Si comunica che il punto vendita Gazzetta Ufficiale sito in Piazza G. Verdi 10 è stato trasferito temporaneamente nella sede di via Principe Umberto 4, 00185 Roma

AVVISO AGLI ABBONATI

Si rammenta che la campagna per il rinnovo degli abbonamenti per l'annata 2011 è terminata il 30 gennaio e che la sospensione degli invii agli abbonati, che entro tale data non hanno corrisposto i relativi canoni, avrà effetto nelle prossime settimane.

N. 45

AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI

Deliberazioni n. 24/11/CONS, n. 29/11/CONS, n. 30/11/CSP.

S O M M A R I O

AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI

DECRETI E DELIBERE DI ALTRE AUTORITÀ

AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI

DELIBERAZIONE 20 gennaio 2011.

Mercato dei servizi di diffusione radiotelevisiva per la trasmissione di contenuti agli utenti finali (mercato n. 18 fra quelli identificati dalla raccomandazione sui mercati rilevanti dei prodotti e dei servizi della Commissione europea). (Deliberazione n. 24/11/CONS).

L'AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI

Nella sua riunione del Consiglio del 20 gennaio 2011;

Vista la legge 31 luglio 1997, n. 249, recante «Istituzione dell'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni e norme sui sistemi delle telecomunicazioni e radiotelevisivo», pubblicata nella *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica italiana del 31 luglio 1997, n.177 - supplemento ordinario n. 154;

Viste le direttive n. 2002/19/CE («direttiva accesso»), 2002/20/CE («direttiva autorizzazioni»), 2002/21/CE («direttiva quadro»), 2002/22/CE («direttiva servizio universale»), pubblicate nella *Gazzetta Ufficiale* delle Comunità europee del 24 aprile 2002, L 108;

Viste le linee direttrici della commissione per l'analisi del mercato e la valutazione del significativo potere di mercato ai sensi del nuovo quadro normativo comunitario per le reti e i servizi di comunicazione elettronica, pubblicate nella *Gazzetta Ufficiale* delle Comunità europee C 165 dell'11 luglio 2002 (le «Linee direttici»);

Vista la raccomandazione della commissione dell'11 febbraio 2003 relativa ai mercati rilevanti di prodotti e servizi del settore delle comunicazioni elettroniche suscettibili di una regolamentazione ex ante ai sensi della direttiva 2002/21/CE del Parlamento europeo e del consiglio che istituisce un quadro normativo comune per le reti ed i servizi di comunicazione elettronica, pubblicata nella *Gazzetta Ufficiale* delle Comunità europee L 114 dell'8 maggio 2003 (la «precedente raccomandazione»);

Vista la raccomandazione della commissione del 17 dicembre 2007 relativa ai mercati rilevanti di prodotti e servizi del settore delle comunicazioni elettroniche che possono essere oggetto di una regolamentazione ex ante ai sensi della direttiva 2002/21/CE del Parlamento europeo e del Consiglio che istituisce un quadro normativo comune per le reti ed i servizi di comunicazione elettronica, pubblicata nella *Gazzetta Ufficiale* dell'Unione europea L 344/65 del 28 dicembre 2007 (la «Raccomandazione»);

Vista la raccomandazione della commissione del 15 ottobre 2008, relativa alle notificazioni, ai termini e alle consultazioni di cui all'art. 7 della direttiva 2002/21/CE del Parlamento europeo e del Consiglio, che istituisce un quadro normativo comune per le reti e i servizi di comunicazione elettronica, pubblicata nella *Gazzetta Ufficiale* dell'Unione europea L 301 del 12 novembre 2008;

Visto il decreto legislativo 1° agosto 2003, n. 259, recante «Codice delle comunicazioni elettroniche» pubblicato nella *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica italiana del 15 settembre 2003, n. 215 (il «Codice»);

Visto il decreto legislativo 31 luglio 2005, n. 177, recante «Testo unico della radiotelevisione», pubblicato nella *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica italiana del 7 settembre 2005, n. 208 - Supplemento ordinario n. 150, così come modificato dal decreto legislativo 15 marzo 2010, n. 44, recante «Attuazione della direttiva 2007/65/CE relativa al coordinamento di determinate disposizioni legislative, regolamentari e amministrative degli Stati membri concernenti l'esercizio delle attività televisive», pubblicato nella *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica italiana del 29 marzo 2010, n. 73;

Vista la legge 6 giugno 2008, n. 101, recante «Conversione in legge, con modificazioni, del decreto-legge 8 aprile 2008, n. 59, recante disposizioni urgenti per l'attuazione di obblighi comunitari e l'esecuzione di sentenze della Corte di giustizia delle Comunità europee», pubblicata nella *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica italiana del 7 giugno 2008, n. 132;

Vista la legge 7 luglio 2009, n. 88, recante «Disposizioni per l'adempimento di obblighi derivanti dall'appartenenza dell'Italia alle Comunità europee - legge comunitaria 2008. (09G0100)», pubblicata nella *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica italiana del 14 luglio 2009, n. 161, in particolare l'art. 45;

Vista la delibera n. 181/09/CONS del 7 aprile 2009, recante «Criteri per la completa digitalizzazione delle reti televisive terrestri», pubblicata nella *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica italiana del 30 aprile 2009, n. 99;

Vista la delibera n. 300/10/CONS del 15 giugno 2010, recante «Piano nazionale di assegnazione delle frequenze per il servizio di radiodiffusione televisiva terrestre in tecnica digitale: criteri generali», disponibile nel sito web dell'Autorità;

Vista la delibera n. 497/10/CONS, recante «Procedure per l'assegnazione delle frequenze disponibili in banda televisiva per sistemi di radiodiffusione digitale terrestre e misure atte a garantire condizioni di effettiva concor-

renza», pubblicata nella *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica italiana del 6 dicembre 2010, n. 285;

Vista la delibera n. 217/01/CONS del 24 maggio 2001 recante «Regolamento concernente l'accesso ai documenti», pubblicata nella *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica italiana del 20 giugno 2001, n. 141 e successive modificazioni e integrazioni;

Vista la delibera n. 453/03/CONS del 23 dicembre 2003, recante «Regolamento concernente la procedura di consultazione di cui all'art. 11 del decreto legislativo 1° agosto 2003, n. 259», pubblicata nella *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica italiana del 28 gennaio 2004, n. 22;

Visto il regolamento concernente l'organizzazione ed il funzionamento dell'Autorità, adottato con la delibera n. 316/02/CONS del 9 ottobre 2002 (pubblicato nella *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica italiana n. 259 del 5 novembre 2002), nel testo coordinato con le modifiche introdotte da ultimo dalla delibera n. 56/08/CONS del 23 gennaio 2008 recante «Modifiche e integrazioni al regolamento concernente l'organizzazione e il funzionamento dell'Autorità», pubblicato nella *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica italiana n. 95 del 22 aprile 2008 e successive modificazioni e integrazioni;

Visto l'accordo di collaborazione tra l'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni e l'Autorità garante della concorrenza e del mercato in materia di comunicazioni elettroniche del 27 gennaio 2004;

Vista la delibera n. 118/04/CONS del 5 maggio 2004, recante «Disciplina dei procedimenti istruttori di cui al nuovo quadro regolamentare delle comunicazioni elettroniche», pubblicata nella *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica italiana del 19 maggio 2004, n. 116 e successive modificazioni e integrazioni;

Vista la delibera n. 544/07/CONS, recante «Mercato dei servizi di diffusione radiotelevisiva per la trasmissione di contenuti agli utenti finali (mercato n. 18 fra quelli identificati dalla raccomandazione sui mercati rilevanti della Commissione europea n. 2003/311/CE): identificazione ed analisi del mercato, valutazione di sussistenza di imprese con significativo potere di mercato», pubblicata nella *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica italiana del 23 novembre 2007, n. 273 - Suppl. Ordinario n. 242;

Vista la delibera n. 159/08/CONS recante «Mercato dei servizi di diffusione radiotelevisiva per la trasmissione di contenuti agli utenti finali (mercato n. 18 della raccomandazione della Commissione europea n. 2003/311/CE): individuazione degli obblighi regolamentari», pubblicata nella *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica italiana del 3 maggio 2008, n. 103 - Suppl. Ordinario n. 112;

Vista la delibera n. 63/09/CONS del 13 febbraio 2009 recante «Avvio del procedimento "Mercato dei servizi di diffusione radiotelevisiva per la trasmissione di contenuti agli utenti finali" (mercato n. 18 della raccomandazione della Commissione europea n. 2003/311/CE): identificazione ed analisi dei mercati, valutazione di sussistenza del significativo potere di mercato per le imprese ivi operanti e individuazione degli eventuali obblighi regolamentari cui vanno soggette le imprese che dispongono di un tale potere, ai sensi degli art. 18 e 19 del codice delle comunicazioni elettroniche», pubblicata nella *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica italiana del 17 marzo 2009, n. 63;

Vista la delibera n. 395/10/CONS del 22 luglio 2010 recante «Consultazione pubblica sullo schema di provvedimento concernente l'identificazione e l'analisi del mercato dei servizi di diffusione radiotelevisiva per la trasmissione di contenuti agli utenti finali (mercato n. 18 fra quelli identificati dalla raccomandazione sui mercati rilevanti dei prodotti e dei servizi della Commissione europea), pubblicata nella *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica italiana del 19 agosto 2010, n. 193, Suppl. Ordinario n. 198;

Vista la delibera n. 396/10/CONS del 22 luglio 2010 recante «Proroga dei termini del procedimento per l'identificazione ed analisi del mercato dei servizi di diffusione radiotelevisiva per la trasmissione di contenuti agli utenti finali», il cui avviso è stato pubblicato nella *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica italiana del 9 agosto 2010, n. 184;

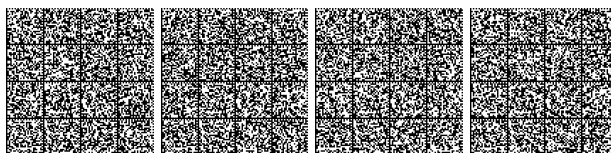
Vista la delibera n. 604/10/CONS del 25 novembre 2010 recante «Proroga dei termini del procedimento per l'identificazione ed analisi del mercato dei servizi di diffusione radiotelevisiva per la trasmissione di contenuti agli utenti finali», il cui avviso è stato pubblicato nella *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica italiana del 9 dicembre 2010, n. 287;

Viste le istanze di audizione pervenute da parte delle società Telecom Italia S.p.A. e Telecom Italia Media S.p.A.;

Sentite, in data 18 ottobre 2010, le società Telecom Italia S.p.A. e Telecom Italia Media S.p.A.;

Visti i contributi prodotti dalle società Telecom Italia S.p.A., Telecom Italia Media S.p.A., SKY Italia S.r.l., Mediaset, S.p.A., Wind Telecomunicazioni S.p.A.;

Vista la comunicazione pervenuta da parte della società RAI-Radiotelevisione italiana S.p.A.;

Considerata la seguente analisi di mercato:

1. QUADRO DI RIFERIMENTO NORMATIVO E REGOLAMENTARE

1.1. Il quadro di riferimento normativo e regolamentare comunitario

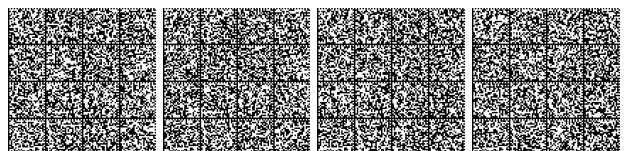
1. Il quadro di riferimento normativo della presente analisi è costituito principalmente dalle seguenti direttive entrate in vigore il 24 aprile 2002 (c.d. quadro normativo comune per le reti ed i servizi di comunicazione elettronica):

- direttiva del Parlamento europeo e del Consiglio che istituisce un quadro normativo comune per le reti ed i servizi di comunicazione elettronica (2002/21/CE), c.d. "direttiva quadro"[1];
- direttiva del Parlamento europeo e del Consiglio relativa alle autorizzazioni per le reti e i servizi di comunicazione elettronica (2002/20/CE), c.d. "direttiva autorizzazioni"[2];
- direttiva del Parlamento europeo e del Consiglio relativa all'accesso alle reti di comunicazione elettronica e alle risorse correlate, e all'interconnessione delle medesime (2002/19/CE), c.d. "direttiva accesso"[3];
- direttiva del Parlamento europeo e del Consiglio relativa al servizio universale e ai diritti degli utenti in materia di reti e di servizi di comunicazione elettronica (2002/22/CE), c.d. "direttiva servizio universale"[4];
- direttiva del Parlamento europeo e del Consiglio del 12 luglio 2002 relativa al trattamento dei dati personali e alla tutela della vita privata nel settore delle comunicazioni elettroniche (2002/58/CE), c.d. "direttiva protezione dati"[5].

2. Inoltre, particolare rilievo rivestono:

- la Raccomandazione relativa ai mercati rilevanti di prodotti e servizi del settore delle comunicazioni elettroniche che possono essere oggetto di una regolamentazione *ex ante* ai sensi della direttiva 2002/21/CE del Parlamento europeo e del Consiglio, adottata il 17 dicembre 2007[6] ("la Raccomandazione");
- le Linee direttrici della Commissione per l'analisi del mercato e la valutazione del significativo potere di mercato ai sensi del nuovo quadro normativo comunitario per le reti e i servizi di comunicazione elettronica, adottate dalla Commissione il 9 luglio 2002[7] (le "Linee direttrici");
- la Raccomandazione relativa alle notificazioni, ai termini e alle consultazioni di cui all'articolo 7 della direttiva 2002/21/CE del Parlamento europeo e del Consiglio, adottata il 15 ottobre 2008[8] (la "Raccomandazione sull'art. 7").

---

[1] In GUCE L 108 del 24 aprile 2002, pag. 33.
2 In GUCE L 108 del 24 aprile 2002, pag. 21.
3 In GUCE L 108 del 24 aprile 2002, pag. 7.
4 In GUCE L 108 del 24 aprile 2002, pag. 51.
5 In GUCE L 201 del 31 luglio 2002, pag. 37.
[6] In GUCE L 344 del 28 dicembre 2007, pag. 65.
7 In GUCE C 165 dell'11 luglio 2002, pag. 6.
8 In GUCE L 301 del 12 novembre 2008, pag. 23.

3. Il quadro normativo sopra delineato e, in particolare, la direttiva quadro, la direttiva accesso, la direttiva autorizzazioni e la direttiva servizio universale sono state recepite in Italia dal d.lgs. 259/03 del 1° agosto 2003, recante "Codice delle comunicazioni elettroniche"[9] (di seguito, anche il "Codice").

4. La Raccomandazione, che sostituisce la Raccomandazione della Commissione dell'11 febbraio 2003 relativa ai mercati rilevanti di prodotti e servizi del settore delle comunicazioni elettroniche suscettibili di una regolamentazione *ex ante* (la "precedente Raccomandazione")[10], ha ad oggetto i sette mercati rilevanti dei prodotti e servizi del settore delle comunicazioni elettroniche le cui caratteristiche sono tali da giustificare l'imposizione degli obblighi di regolamentazione *ex ante*. L'art. 15, comma 3 e l'art. 7, comma 4, della direttiva quadro prevedono che uno Stato membro, ove ricorrano particolari circostanze, possa identificare un mercato rilevante differente da quelli previsti dalla Raccomandazione. Tali disposizioni sono state recepite dall'art. 18 e dall'art. 12, comma 4, del Codice.

5. Nella nuova Raccomandazione, il mercato 18 è stato escluso dalla lista dei mercati suscettibili di una regolamentazione *ex ante*.

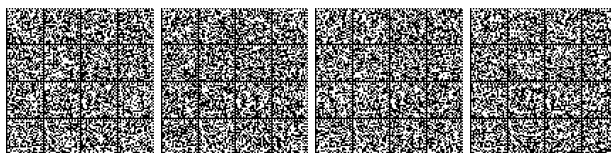
6. Le Linee direttrici della Commissione illustrano i criteri cui le Autorità nazionali di regolamentazione (di seguito, le ANR o le Autorità) devono fare riferimento nell'ambito delle analisi dei mercati di cui agli artt. 14, 15 e 16 della direttiva quadro, recepiti rispettivamente dagli art. 17, 18 e 19 del Codice.

7. Il percorso che il quadro normativo comunitario delinea per l'analisi sulla concorrenzialità dei mercati richiede che le ANR procedano dapprima alla definizione del mercato, sia con riferimento ai mercati identificati dalla Commissione come suscettibili di regolamentazione *ex ante* (indicati nell'Allegato della Raccomandazione") sia con riferimento ad eventuali ulteriori mercati non inclusi in tale lista.

8. Una volta definito il mercato dal punto di vista merceologico e geografico e verificato, per i mercati non indicati nell'Allegato alla Raccomandazione, che i cd. "tre criteri" risultano soddisfatti (*infra* capitolo 3), le ANR procedono alla verifica dell'eventuale sussistenza, sul mercato individuato, di imprese che detengano, individualmente o congiuntamente, un significativo potere di mercato. All'esito della suddetta analisi le ANR introducono, rimuovono o modificano gli obblighi regolamentari. La definizione dei mercati rilevanti e l'analisi degli stessi devono essere condotte dalle ANR conformemente ai principi del diritto della concorrenza, tenendo nel massimo conto la Raccomandazione e le Linee direttrici. Tuttavia, dal momento che cambia l'orizzonte temporale di riferimento, non si può escludere che, in taluni casi, i mercati definiti ai fini della regolamentazione settoriale possano non coincidere con i

---

9 Pubblicato nella Gazzetta Ufficiale della Repubblica italiana del 15 settembre 2003, n. 214 ed entrato in vigore il 16 settembre 2003.

10 In GUCE L 114 dell'8 maggio 2003, pag. 45. Tale Raccomandazione individuava diciotto mercati suscettibili di regolamentazione ex ante che sono stati oggetto del primo ciclo di analisi condotte dall'Autorità.

mercati definiti ai fini del diritto della concorrenza. Infatti, nel caso della regolamentazione, la definizione dei mercati è sempre svolta in chiave previsionale, in quanto le ANR devono tenere conto, oltre che delle condizioni di mercato esistenti, anche della prevedibile evoluzione futura.

1.2 Il quadro di riferimento normativo e regolamentare nazionale

9. Il mercato dei servizi di diffusione radiotelevisiva per la trasmissione di contenuti agli utenti finali era incluso nella lista dei mercati rilevanti identificati dalla Commissione europea nella Raccomandazione n. 2003/311/CE (c.d. mercato n. 18). Gli esiti dell'analisi di mercato compiuta dall'Autorità - nell'ambito del primo ciclo di analisi di mercato - sono contenuti nella delibera n. 544/07/CONS.

10. Nella suddetta delibera, l'Autorità ha individuato i seguenti mercati rilevanti:

a) Mercato nazionale dei servizi di diffusione televisiva su rete terrestre in tecnica analogica;
b) Mercato nazionale dei servizi di diffusione televisiva su rete terrestre in tecnica digitale;
c) Mercato nazionale dei servizi di diffusione radiofonica su rete terrestre;
d) Mercato nazionale dei servizi di diffusione radiotelevisiva via cavo;
e) Mercato nazionale dei servizi di diffusione radiotelevisiva via satellite;
f) Mercato locale dei servizi di diffusione televisiva su rete terrestre;
g) Mercato locale dei servizi di diffusione radiofonica su rete terrestre.

11. Successivamente, sulla base dei risultati del triplo test effettuato in ciascuno degli ambiti succitati, l'Autorità ha svolto l'analisi di mercato per valutare il livello di effettiva concorrenza nei seguenti mercati, nei quali venivano superati tutti e tre i criteri: *a)* mercato nazionale dei servizi di diffusione televisiva su rete terrestre in tecnica analogica; *b)* mercato nazionale dei servizi di diffusione televisiva su rete terrestre in tecnica digitale; *c)* mercato nazionale dei servizi di diffusione radiofonica su rete terrestre.

12. L'Autorità ha dunque valutato l'esistenza di un significativo potere di mercato negli ambiti individuati concludendo circa la sussistenza di una posizione dominante collettiva in capo a RAI e RTI nel primo mercato. Diversamente, negli altri due mercati, non sono state riscontrate posizioni di dominanza singola o congiunta.

13. Constatata la sussistenza di una posizione dominante collettiva in capo agli operatori succitati nel mercato nazionale dei servizi di diffusione televisiva su piattaforma terrestre in tecnica analogica, l'Autorità, con la delibera n. 159/08/CONS, ha ritenuto di imporre a RAI e RTI obblighi in materia di: accesso; uso di determinate risorse di rete; trasparenza; non discriminazione e separazione contabile.

14. L'Autorità ha infatti ritenuto tali obblighi proporzionati rispetto alle problematiche evidenziate in sede di analisi in quanto, mediante la coubicazione o la condivisione delle infrastrutture e la fornitura di servizi all'ingrosso di gestione degli apparati trasmissivi, le emittenti terze sarebbero state in grado di sviluppare ed integrare le proprie reti ed incrementare le relative coperture, favorendo da ultimo la competizione nel mercato.

15. In particolare, l'Autorità ha stabilito che, entro 120 giorni dalla notifica del provvedimento succitato, RAI ed RTI rendessero disponibile una proposta di Offerta di riferimento per i servizi di accesso alle proprie infrastrutture. In ottemperanza a tale ultimo obbligo, le due società hanno pubblicato sul proprio sito *web* la propria offerta nei termini e con il dettaglio richiesto nella delibera stessa.

1.2.1. Gli interventi normativi in materia di disciplina del passaggio alla trasmissione televisiva digitale terrestre

Legge 6 giugno 2008, n. 101 (art. 8-novies)

16. In via preliminare, si fa presente che, secondo l'attuale regime normativo[11], i diritti di uso delle frequenze sono assegnati agli operatori di rete che sono, generalmente, proprietari di siti e infrastrutture di trasmissione, anche se la legge consente che tali infrastrutture possano essere affittate da società terze (*tower company*), attività per la quale non è richiesto alcun titolo abilitativo non essendo servizi di comunicazione elettronica.

17. Nel caso di operatori nazionali verticalmente integrati (abilitati, cioè, sia alla gestione della rete sia alla fornitura di programmi) la legge prescrive la separazione societaria tra fornitore di contenuti e operatore di rete, cioè la gestione di tali attività attraverso società separate, sia pure riconducibili allo stesso gruppo societario. Tale separazione, allo stato, è prevista solo per la televisione digitale terrestre e non riguarda altre piattaforme trasmissive quali il satellite e il cavo[12].

18. Il regime della televisione digitale terrestre è completato da una serie di regole di *best practices* che mirano a salvaguardare gli interessi delle parti terze, quali l'obbligo di non discriminazione, per gli operatori di rete, nell'offerta di capacità trasmissiva a soggetti terzi.

19. Ciò premesso, si ricorda che, nel luglio 2007, la Commissione europea ha inviato all'Italia un parere motivato nell'ambito della procedura di infrazione n. 2005/5086 ritenendo che talune disposizioni di legge in materia radiotelevisiva derivanti dalla legge n. 66/2001, dalla legge 112/2004 (con riferimento all'art. 23) e dal decreto legislativo n. 177/2005 (art. 15) fossero in contrasto con la direttiva 2002/21/CE, con la direttiva 2002/20/CE, e con la direttiva 2002/77/CE.

20. In particolare, tali norme erano contestate nella parte in cui stabilivano la possibilità di transitare dalla radiodiffusione analogica alla trasmissione per via digitale per le aziende che fossero, alla data di entrata in vigore della legge n. 112/04, già operanti in via analogica e avessero raggiunto una copertura non inferiore al 50% della

---

[11] Cfr. decreto legislativo 31 luglio 2005, n. 177, Testo unico della radiotelevisione, con particolare riferimento all'art. 5. Per una ricostruzione storica della normativa afferente il settore televisivo si veda la delibera n. 544/07/CONS.

[12] In considerazione della sostanziale assenza, in Italia, di reti via cavo, si ritiene che, nel presente contesto e ai fini dell'analisi da svolgere in merito ai servizi di diffusione televisiva, sia più opportuno parlare di reti di telecomunicazioni fisse.

popolazione[13]. Tali disposizioni, secondo la Commissione, avrebbero escluso la possibilità di accesso al mercato delle trasmissioni per via digitale terrestre alle aziende che, sempre alla data di entrata in vigore della legge n. 112/04, non avessero trasmesso in analogico. Peraltro, sempre secondo la Commissione, le frequenze necessarie alla radiotrasmissione in via digitale non sarebbero state distribuite tra i vari operatori sulla base di criteri obiettivi e trasparenti.

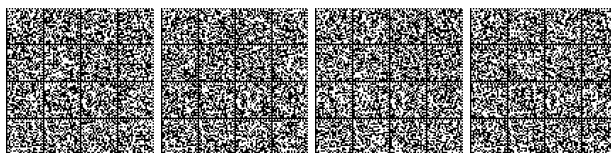
21. Al fine di superare le censure manifestate dalla Commissione, è stato emanato l'articolo 8-novies della legge 6 giugno 2008, n. 101, di conversione del decreto legge 8 aprile 2008, n. 59, recante disposizioni urgenti per l'attuazione di obblighi comunitari e l'esecuzione di sentenze della Corte di giustizia delle comunità europee, che ha modificato l'articolo 15 del decreto legislativo 31 luglio 2005, n. 177, in materia di assegnazione dei diritti di uso agli operatori di rete a seguito dello *switch-off*.

22. Il nuovo articolo 15, comma 1, del decreto legislativo 177/2005, introdotto dalla legge 101/2008, fatti salvi i criteri e le procedure specifici per la concessione dei diritti di uso delle radiofrequenze per la diffusione sonora e televisiva, previsti dal codice delle comunicazioni elettroniche, di cui al decreto legislativo 1° agosto 2003, n. 259, in considerazione degli obiettivi di tutela del pluralismo e degli altri obiettivi di interesse generale, dispone:

- che la disciplina per l'attività di operatore di rete su frequenze terrestri in tecnica digitale, soggetta al regime dell'autorizzazione generale, si conforma ai principi della direttiva 2002/20/CE del Parlamento europeo e del Consiglio, del 7 marzo 2002, e della direttiva 2002/77/CE della Commissione, del 16 settembre 2002;
- la conversione delle licenze individuali per la radiodiffusione televisiva già rilasciate, ponendo per tale adempimento il termine di sessanta giorni dalla data di entrata in vigore della legge di conversione del decreto in esame;
- l'abrogazione dell'articolo 25, comma 12, della legge 3 maggio 2004, n. 112;
- che il trasferimento di frequenze tra due soggetti titolari di autorizzazione generale avvenga nel rispetto dell'articolo 14 del codice delle comunicazioni elettroniche e che i diritti di uso delle frequenze per l'esercizio delle reti televisive digitali siano assegnati, in base alle procedure definite dall'Autorità nella delibera n. 603/07/CONS del 21 novembre 2007, basate su criteri obiettivi, proporzionati, trasparenti e non discriminatori, nel rispetto dei principi stabiliti dal diritto comunitario;
- la definizione di un calendario per il passaggio definitivo alla trasmissione televisiva digitale terrestre con l'indicazione delle aree territoriali interessate e delle rispettive scadenze.

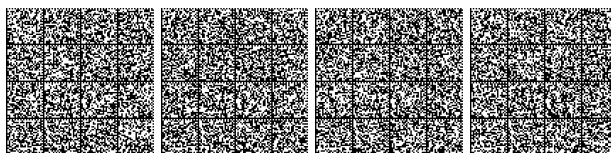
23. Tale normativa appare in linea con le direttive europee, nella parte in cui esse prevedono che gli Stati Membri possano adottare criteri e procedure specifici nell'assegnazione dei diritti di uso relativi alle frequenze radiotelevisive, per raggiungere obiettivi di interesse generale. Tali procedure devono essere basate su criteri oggettivi, proporzionati, trasparenti e non discriminatori.

---

[13] La normativa UE esclude, infatti, che gli Stati membri possano imporre l'ottenimento di autorizzazioni individuali in aggiunta all'autorizzazione generale.

24. I principi del pluralismo dei media, della promozione della concorrenza, della protezione dei consumatori, della garanzia del servizio pubblico radiotelevisivo e dello sviluppo di tecnologie innovative, rientrano tra gli obiettivi di interesse generale richiamati dal nuovo articolo 15, comma 1, del decreto legislativo n. 177/2005, ai fini dell'individuazione dei criteri e delle procedure specifici per la concessione dei diritti di uso delle frequenze radiotelevisive.
25. Inoltre, secondo la Comunicazione della Commissione europea al Parlamento europeo, al Comitato economico e sociale europeo e al Comitato delle Regioni (COM/2007/0700) "Trarre il massimo beneficio dal dividendo digitale in Europa: un approccio comune all'uso dello spettro liberato dal passaggio al digitale", l'aumento dei canali di radiodiffusione dovrebbe aprire maggiori prospettive di garanzia del pluralismo dei media, di crescita della produzione di contenuti per i media e di servizi per gli spettatori più interattivi e di migliore qualità ed è, pertanto, opportuno che le emittenti possano pretendere una parte equa del dividendo digitale in cambio degli sforzi e degli investimenti realizzati per lo sviluppo della tecnologia digitale.
26. Infine, in ottemperanza al disposto della legge 6 giugno 2008, n. 101, con il Decreto 10 settembre 2008, il Ministero dello sviluppo economico ha definito, al fine di rispettare il termine del 2012 fissato con legge del 29 novembre 2007, n. 222, e d'intesa con l'Autorità, un calendario per il passaggio definitivo alla trasmissione televisiva digitale terrestre, con l'indicazione delle aree territoriali interessate e delle rispettive scadenze.

Decreto legislativo n. 44/2010

27. Il 15 marzo 2010 è entrato in vigore il decreto legislativo n. 44/2010 (c.d. "Decreto Romani") [14], che ha introdotto alcune modifiche al Testo unico della radiotelevisione, mutandone, fra l'altro, la denominazione in "Testo unico dei servizi media audiovisivi e radiofonici" (TUSMAR).
28. Il decreto ha innanzitutto offerto una nuova definizione di servizio di media audiovisivo, distinto in lineare e non lineare, maggiormente corrispondente alle innovazioni tecnologiche in corso e alle conseguenti declinazioni sui corrispondenti

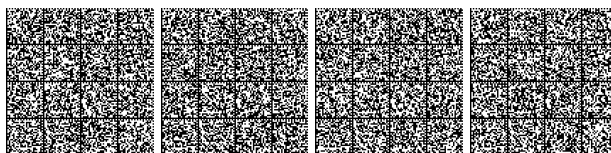
[14] Il Decreto Romani, recante "*Attuazione della direttiva 2007/65/CE relativa al coordinamento di determinate disposizioni legislative, regolamentari e amministrative degli Stati membri concernenti l'esercizio delle attività televisive*", pubblicato nella GU del 29 marzo 2010, n. 73, è stato emanato a seguito di delega legislativa conferita al Governo dall'art. 26 della legge comunitaria 2008 (legge n. 88 del 2009) al fine di recepire la direttiva comunitaria Servizi Media Audiovisivi 2007/65/CE, che modifica la direttiva europea "Tv senza frontiere" 1989/552/CEE, già modificata con direttiva 1997/36/CE e a sua volta recentemente modificata dalla direttiva 2010/13/UE del 10 marzo 2010 relativa al coordinamento di determinate disposizioni legislative, regolamentari e amministrative degli Stati membri concernenti la fornitura di servizi di media audiovisivi (direttiva sui servizi di media audiovisivi), in GUUE del 15 aprile del 2010.

servizi/prodotti offerti[15]. Il decreto ha escluso da tale definizione, e quindi dall'applicazione degli obblighi previsti dal decreto stesso, alcuni servizi, quali, ad esempio, i siti internet privati e i servizi consistenti nella fornitura o distribuzione di contenuti audiovisivi generati da utenti privati a fini di condivisione o di scambio nell'ambito di comunità di interesse, i motori di ricerca e le versioni elettroniche di quotidiani e riviste. Il decreto è intervenuto anche in materia di affollamento pubblicitario, soprattutto con riferimento alla trasmissione di spot pubblicitari televisivi da parte di emittenti a pagamento, prevedendo, all'art. 12[16], un limite annuale a tale trasmissione che si attesta, per l'anno 2010, al 16% (14% per il 2011 e 12% a decorrere dal 2012)[17].

29. Con riferimento ai canali *time shifted* e alla *pay per view*, il nuovo art. 2, comma 1, lett. *g)*, del TUSMAR dispone che sono esclusi dalla nozione di palinsesto televisivo la "*trasmissione differita dello stesso palinsesto*", le "*trasmissioni meramente ripetitive*" e la "*prestazione, a pagamento, di singoli programmi, o pacchetti di programmi, audiovisivi lineari*". Si segnala, inoltre, l'introduzione di una disciplina in tema di numerazione automatica dei canali della televisione digitale terrestre (LCN). L'art. 32, comma 2, del TUSMAR prevede la competenza dell'Autorità a stabilire il piano di numerazione dei canali, sulla base dei criteri fissati dal medesimo decreto, in forza del quale le prime posizioni saranno assegnate ai canali generalisti nazionali (ossia gli *ex* analogici nazionali) e le altre suddivise in fasce tematiche (canali semigeneralisti, bambini e ragazzi, informazione, cultura, sport, musica e televendite), assicurando alle emittenti locali "*adeguati spazi*" nel primo arco di numeri. Quindi, sulla scorta del piano di numerazione predisposto dall'Autorità, il Ministero attribuirà a ciascun canale la numerazione spettante, che diverrà un elemento dell'autorizzazione, la quale potrà essere sospesa o persino revocata in caso di mancato rispetto della regolamentazione della LCN.

---

[15] L'art. 2 del TUSMAR stabilisce infatti che: "*Per siffatto servizio di media audiovisivo si intende o la radiodiffusione televisiva, come definita alla lettera i) del presente articolo e, in particolare, la televisione analogica e digitale, la trasmissione continua in diretta quale il lave streaming, la trasmissione televisiva su Internet quale il webcasting e il video quasi su domanda quale il near video on demand, o un servizio di media audiovisivo a richiesta, come definito dalla lettera m) del presente articolo*".

[16] Che ha sostituito l'art. 38 del Testo Unico.

[17] Tali limiti non trovano peraltro applicazione nei casi di annunci pubblicitari relativi a propri programmi o a "*prodotti collaterali da questi direttamente derivati*", agli annunci di sponsorizzazione e agli inserimenti di prodotto.

1.2.2. Gli interventi regolamentari in materia di disciplina del passaggio alla trasmissione televisiva digitale terrestre

Delibera n. 181/09/CONS: criteri per la digitalizzazione delle reti televisive

30. Con decreto del Ministro dello sviluppo economico del 13 novembre 2008[18], è stato approvato il nuovo Piano nazionale di ripartizione delle frequenze, con il quale sono state riservate al servizio di radiodiffusione televisiva le bande VHF-III, UHF-IV e UHF-V. Il numero delle frequenze, a seguito della nuova canalizzazione della banda VHF-III, è risultato pari a 56, di cui 8 in banda VHF-III e 48 in banda UHF-IV e V.

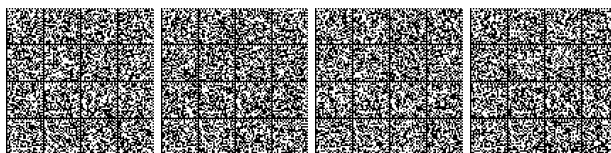
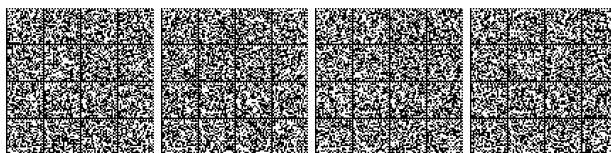
31. Successivamente l'Autorità, con delibera n. 181/09/CONS, ha approvato i seguenti criteri per la completa digitalizzazione delle reti televisive, in accordo con i principi evidenziati nel quadro normativo e sulla base delle osservazioni presentate dalla Commissione nell'ambito della procedura di infrazione già citata:

- *i)* in primo luogo, è stato ritenuto opportuno prevedere l'uso della tecnica SFN (Single Frequency Network) al fine di consentire un pieno, efficiente e pluralistico utilizzo della risorsa radioelettrica e pianificare il maggior numero di reti televisive possibili in ogni area territoriale, da suddividere tra reti nazionali e reti locali;
- *ii)* prevedere 21 reti nazionali con copertura approssimativamente pari all'80% del territorio nazionale da destinare al DVB-T, ed ulteriori 4 reti nazionali da utilizzare per servizi DVB-H;
- *iii)* riconoscere un equo numero di reti digitali pianificate alle emittenti esistenti, per salvaguardare gli investimenti effettuati e per permettere a tali operatori di assicurare la continuità dei loro servizi televisivi attualmente offerti in tecnica analogica, tenendo anche in considerazione i recenti sviluppi tecnologici come l'Alta Definizione (HD) e l'interattività;
- *iv)* assegnare almeno un terzo delle risorse trasmissive disponibili alle reti televisive locali analogiche da convertire in reti digitali pianificate sulla base dei medesimi principi stabiliti per le emittenti nazionali.

32. Ai sensi della delibera succitata, le 21 reti nazionali in tecnica DVB-T sono state così suddivise:

- a) 8 reti destinate alla conversione delle attuali reti analogiche. E' stato previsto che gli operatori nazionali esistenti abbiano assegnata capacità trasmissiva sufficiente per la trasmissione dei programmi a definizione standard ed ad alta definizione e che sia comunque garantito almeno un multiplex per operatore;
- b) 8 reti digitali dedicate alla conversione in tecnica *single frequency* delle attuali reti digitali esistenti che oggi utilizzano il sistema meno efficiente della multifrequenza. Ciascun operatore avrà diritto alla conversione delle reti digitali attualmente operanti.

---

[18] Pubblicato nel supplemento ordinario n. 255 alla Gazzetta Ufficiale n. 273 del 21 novembre 2008.

33. All'esito della conversione dell'attuale sistema televisivo nazionale risulterà pertanto disponibile un dividendo nazionale di 5 reti DVB-T, oltre ad una eventuale rete DVB-H.
34. Peraltro, il guadagno di efficienza derivato dall'utilizzo della tecnica SFN ha permesso di assegnare all'emittente Centro Europa 7 la frequenza relativa al canale 8 della banda III-VHF al fine del suo esercizio in tecnica sia analogica che digitale.
35. Ai fini della procedura per l'assegnazione del dividendo digitale, nel rispetto del diritto comunitario e nazionale, la delibera ha previsto criteri specifici per il settore radiotelevisivo, con l'obiettivo di assicurare le migliori possibilità di completamento del processo di *switch-over* nei tempi prescritti e di dotare il paese di infrastrutture di rete televisiva efficienti e in grado di trasportare contenuti attraenti e di pregio, in accordo con gli obiettivi di politica audiovisiva che rientrano nella competenza esclusiva di ciascuno Stato membro.
36. A tal fine, la delibera ha previsto inoltre:
   a) misure atte a facilitare l'ingresso di nuovi operatori nel mercato dei servizi di trasmissione;
   b) regole specifiche sulla procedura di gara.
37. In sintesi, il dividendo digitale verrà messo a gara (indetta dal Ministero dello sviluppo economico) con criteri obiettivi, proporzionati, trasparenti e non discriminatori, nel rispetto dei principi stabiliti dal diritto comunitario, tali da garantire la massima apertura alla concorrenza ed alla valorizzazione di nuovi programmi. Alla gara saranno ammessi tutti i soggetti operanti nello spazio economico europeo (SEE).
38. I cinque lotti messi a gara (cioè 5 reti televisive nazionali) saranno suddivisi in due parti:
   1) parte A, pari a tre lotti, riservata ai nuovi entranti. Non potranno presentare offerte gli operatori che hanno la disponibilità di due o più reti televisive nazionali in tecnica analogica;
   2) parte B, pari a due lotti, aperti a qualsiasi offerente.
39. Le eventuali offerte saranno soggette ad un tetto massimo (*cap*). Il *cap* è fissato ad un livello tale da impedire che, in esito alla gara, un operatore possa ottenere più di 5 multiplex nazionali. Pertanto, nel caso di operatori televisivi che attualmente eserciscono 3 reti nazionali in tecnica analogica, il *cap* è fissato a un multiplex. Nel caso dell'operatore che esercisce due reti nazionali in tecnica analogica il *cap* è fissato a due multiplex.
40. Qualora uno degli operatori che attualmente gestisce 3 reti nazionali analogiche risulti, in esito alla gara, aggiudicatario di un multiplex sarà obbligato a cedere il 40% della capacità trasmissiva di tale multiplex a terzi fornitori di contenuti indipendenti. Qualora l'operatore che attualmente ha la disponibilità di 2 reti nazionali analogiche sia vincitore di tutti e due i multiplex del lotto B, questo sarà obbligato a cedere il 40% della capacità trasmissiva di uno di tali due multiplex a terzi fornitori di contenuti indipendenti.
41. La previsione di un *cap* che limita il numero di *multiplex* ottenibili dagli operatori, la riserva di 3 dei 5 *multiplex* ai nuovi entranti o ai piccoli operatori nazionali già

esistenti, unitamente all'obbligo di cessione del 40% della capacità trasmissiva a terzi operatori indipendenti, sono previsioni finalizzate a consentire un effettivo ingresso di nuovi operatori nel mercato radiotelevisivo italiano, nonché l'espansione degli operatori esistenti minori. In tale contesto, va anche ricordata l'avvenuta assegnazione di una rete ad Europa 7.

42. Sono altresì previste una serie di importanti misure asimmetriche destinate ad aumentare il livello di concorrenza del sistema televisivo nazionale.

43. Infatti, allo scopo di facilitare la realizzazione delle reti trasmissive digitali terrestri da parte degli operatori nuovi entranti e rendere effettivo lo sviluppo in tempi ragionevoli di dette reti, un'altra misura asimmetrica prevista nella delibera è rappresentata dall'obbligo di offerta di servizi di trasmissione a prezzi orientati ai costi da parte degli operatori esistenti che già dispongono di reti di estesa copertura sul territorio nazionale.

44. Tale misura si pone nel solco della regolamentazione già introdotta con delibera n. 159/08/CONS in esito alla precedente analisi di mercato, ma si connota per una portata più ampia, anche dal punto di vista temporale.

45. Nello specifico, gli operatori esistenti offriranno servizi di trasmissione, agli operatori di reti digitali terrestri nuovi entranti, per un periodo di cinque anni dalla stipula dei relativi accordi. In ogni caso, gli operatori richiedenti potranno adire l'Autorità al fine di ottenere una pronuncia vincolante.

46. L'imposizione di un obbligo di tal fatta, il cui rispetto è soggetto al controllo dell'Autorità, appare pertanto idoneo a consentire ad operatori terzi (nuovi entranti) di accedere alle infrastrutture trasmissive degli operatori già attivi sul mercato, creando un contesto competitivo più vivace, nonché ad incentivare lo sviluppo di reti alternative.

47. Sulla base delle misure adottate nella delibera n. 181/09/CONS, la Commissione ha ritenuto di non adottare atti ulteriori nell'ambito della procedura di infrazione, valutando tali misure come idonee ad assicurare l'effettiva creazione di un contesto maggiormente concorrenziale, aperto all'ingresso di nuovi operatori.

48. Infine, si fa presente che la delibera in esame è stata recepita nell'art. 45 della legge comunitaria del 2008[19], la quale, modificando l'art. 8 *novies* della normativa succitata, ha fatto espresso riferimento ai criteri stabiliti in tale contesto nell'ambito della delibera stessa.

Delibera n. 449/08/CONS: cessione del 40% della capacità trasmissiva

49. Con delibera n. 449/08/CONS del 29 luglio 2008, l'Autorità ha approvato le graduatorie dei soggetti che possono accedere al quaranta per cento della capacità trasmissiva delle reti digitali terrestri.

50. A tal proposito, si ricorda che tale misura è stata prevista dall'art. 2-bis della legge n. 66 del 2001 che prevede testualmente che: "Ciascun soggetto che sia titolare di più di una concessione televisiva deve riservare, in ciascun blocco di programmi e servizi

[19] Legge 7 luglio 2009, n. 88, pubblicata nella *Gazzetta Ufficiale* del 14 luglio 2009.

diffusi in tecnica digitale, pari opportunità e comunque almeno il quaranta per cento della capacità trasmissiva del medesimo blocco di programmi e servizi a condizioni eque, trasparenti e non discriminatorie, per la sperimentazione da parte di altri soggetti che non siano società controllanti, controllate o collegate, ai sensi dell'articolo 2, commi 17 e 18, della legge 31 luglio 1997, n. 249, compresi quelli già operanti da satellite ovvero via reti di telecomunicazioni fisse e le emittenti concessionarie che non abbiano ancora raggiunto la copertura minima ai sensi dell'articolo 3, comma 5, della medesima legge 31 luglio 1997, n. 249".

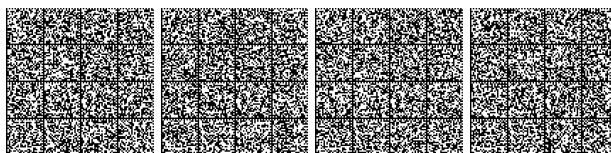
51. Oggetto della riserva è il 40% della capacità trasmissiva di ciascun blocco di diffusione dei soggetti che sono titolari di più una emittente, ed i soggetti beneficiari sono sia gli operatori nuovi entranti sia le concessionarie televisive nazionali analogiche con copertura inferiore all'80% del territorio nazionale, al fine di consentire anche a questi soggetti l'avvio della diffusione di programmi televisivi digitali su frequenze terrestri. Tale previsione non è derogata da quella relativa alla possibilità di effettuare il cosiddetto trading delle frequenze finalizzato all'acquisto di impianti da destinare alla diffusione delle trasmissioni in tecnica digitale.

52. La disposizione normativa ha avuto come obiettivo primario quello di consentire ai fornitori di contenuti indipendenti l'avvio della diffusione di programmi televisivi su frequenze digitali terrestri. I criteri per l'assegnazione della capacità trasmissiva sulle piattaforme digitali sono stati stabiliti dall'Autorità con delibera n. 109/07/CONS, assunta nell'ambito del programma volto a favorire l'utilizzazione razionale delle frequenze destinate ai servizi radiotelevisivi nella prospettiva della conversione alla tecnologia digitale (avviato con delibera n. 163/06/CONS). La delibera n. 109/07/CONS ha definito altresì le modalità di attuazione e le fasi di una procedura di selezione che è stata gestita direttamente dall'Autorità.

53. Al fine di individuare i soggetti che possono accedere al 40% della capacità trasmissiva, l'Autorità ha approvato, con delibera n. 645/07/CONS, il disciplinare per lo svolgimento della procedura selettiva e quindi, con la delibera n. 449/08/CONS, le graduatorie dei soggetti aggiudicatari.

54. Tale ultima delibera, in particolare, ha permesso l'accesso al 40% a operatori nuovi entranti, quali AIR P TV Development Italia s.r.l., operatore che ha acquisito le attività relative alla *pay per view* sulla piattaforma digitale di Telecom Italia Media, nonché a Digital Tv Channels Italy S.r.l., Rete Blu S.p.a., Class Editori S.p.a., Turner Entertainment Networks, The Walt Disney Company Italia, QVC Italia S.r.l., Anicaflash S.r.l., Sitcom Società Italiana Comunicazione S.p.a..

Delibera n. 300/10/CONS: Piano nazionale di assegnazione delle frequenze

55. Con delibera n. 300/10/CONS del 15 giugno 2010, infine, l'Autorità ha stabilito i criteri generali per la definizione del Piano nazionale di assegnazione delle frequenze per il servizio di radiodiffusione televisiva terrestre in tecnica digitale. Tale provvedimento, in particolare, ha identificato il numero delle reti televisive nazionali digitali terrestri e correlate frequenze e ha disposto di riservare almeno un terzo delle

frequenze pianificabili alle emittenti televisive locali, secondo i criteri indicati dalla delibera n. 181/09/CONS (sui quali cfr. *infra*).

56. In particolare, il provvedimento ha individuato 25 reti nazionali digitali terrestri (e relative frequenze associate), di cui:

- 16 in tecnica DVB-T, riconosciute alle emittenti esistenti secondo quanto previsto dal punto 6, lett. *b)* dell'all. A alla delibera n. 181/09/CONS;
- 3 reti in tecnica DVB-H (con vincolo di destinazione d'uso), ai sensi di quanto previsto dal punto 6, lett. *d)* dell'all. A alla delibera n. 181/09/CONS;
- 5 reti in tecnica DVB-T e 1 rete in tecnica DVB-H, da assegnare attraverso procedure selettive basate su criteri obiettivi, proporzionati, trasparenti e non discriminatori (punto 6, lett. *f)* dell'all. A alla delibera n. 181/09/CONS.

57. La struttura di tali reti, realizzate in tecnica SFN, è tale da garantire, per ciascuna di esse, coperture tra loro equivalenti approssimativamente pari all'80% del territorio nazionale.

58. La delibera detta, inoltre, alcune disposizioni per le specifiche esigenze del servizio pubblico radiotelevisivo, al quale è riservato l'utilizzo di tre frequenze della banda VHF in uso esclusivo e di una frequenza in banda UHF distinta per regione. Di esse, due frequenze della banda VHF e una frequenza in banda UHF sono destinate al multiplex di servizio pubblico e una frequenza della banda VHF è destinata per lo sviluppo di servizi televisivi innovativi (DVB-H/DVB-T2).

59. Per quanto riguarda la quota di frequenze destinata all'emittenza locale, l'identificazione di dettaglio di tali reti è effettuata attraverso un procedimento nell'ambito del quale è convocato dall'Autorità, d'intesa con il Ministero dello sviluppo economico, per ciascuna area tecnica, un tavolo tecnico con i soggetti nei confronti dei quali il procedimento è destinato a produrre effetti, all'esito del quale l'Autorità adotta una delibera di pianificazione per area tecnica, ferme restando le competenze del Ministero in materia di assegnazione dei diritti di uso delle frequenze stesse.

60. Infine, la delibera stabilisce che, in ciascuna area tecnica, in conformità con quanto previsto dalla normativa vigente, le frequenze non utilizzate, quelle non necessarie e quelle non assegnate concorrono alla riorganizzazione dello spettro radio ai fini della costituzione di un dividendo digitale "esterno", in linea con gli obiettivi comunitari di utilizzazione di parte dello spettro UHF per i servizi di telecomunicazioni.

1.2.3 Gli interventi regolamentari in materia di disciplina del passaggio alla trasmissione radiofonica digitale

61. Con riferimento al quadro regolamentare per la transizione al digitale per la radiofonia si segnala la recente emanazione del "Regolamento recante la nuova disciplina della fase di avvio delle trasmissioni radiofoniche terrestri in tecnica digitale"

di cui alla delibera n. 664/09/CONS[20], che ha abrogato il precedente regolamento di cui alla delibera n. 149/05/CONS.

62. Il regolamento detta le disposizioni per promuovere, in modo equo, trasparente e non discriminatorio, lo sviluppo della diffusione radiofonica in tecnica digitale, in attuazione di quanto previsto dall'art. 24, comma 1, della legge 3 maggio 2004, n. 112 e nel rispetto delle direttive comunitarie sulle reti e sui servizi di comunicazione elettronica, garantendo parità di condizioni di avvio, sviluppo ed esercizio ordinario della predetta attività tra tutti i soggetti privati nonché tra questi e la concessionaria del servizio pubblico generale radiotelevisivo.

63. In particolare, il regolamento disciplina la tipologia e le modalità di rilascio delle autorizzazioni, in ambito nazionale o locale, per: *i)* la fornitura dei programmi radiofonici numerici e programmi dati destinati alla diffusione in tecnica digitale su frequenze terrestri; *ii)* la fornitura di servizi e dati ad accesso condizionato; *iii)* gli operatori di rete radiofonici, disciplinando altresì i diritti di uso delle frequenze. Inoltre, il regolamento detta alcune disposizioni espressamente dedicate alla concessionaria del servizio pubblico generale radiotelevisivo.

64. Peraltro, negli ultimi due anni, sono state avviate alcune sperimentazioni delle nuove tecnologie ed, in particolare, si segnalano quelle su aree geograficamente localizzate[21], finalizzate a sviluppare reti e servizi multimediali per la radiodiffusione sonora e ad individuare i parametri radioelettrici per la diffusione di programmi in Visual Radio DMB/DAB+.

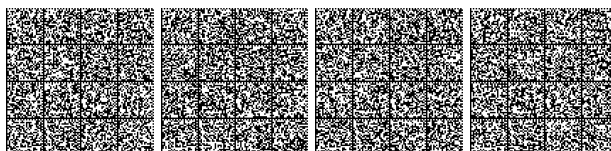
1.2.4. Considerazioni finali

65. Tutto ciò premesso, la presente analisi di mercato sarà condotta tenendo a mente la finalità di mantenere, revocare o modificare gli obblighi regolamentari attualmente vigenti, anche considerando il quadro normativo e regolamentare descritto.

66. A tal fine – non essendo il mercato incluso nella Raccomandazione – l'Autorità deve necessariamente effettuare il c.d. triplo test al fine di stabilire se il mercato sia suscettibile, in base alle circostanze nazionali, di una regolamentazione *ex ante*. Un'eventuale regolamentazione *ex ante* potrebbe in ogni caso essere imposta solo se il triplo test risultasse soddisfatto e se l'analisi del mercato dimostrasse l'esistenza di una o più imprese con significativo potere di mercato. Nel caso in cui, invece, il triplo test non dovesse essere soddisfatto, non vi sarebbe necessità di procedere ad una analisi del significativo potere di mercato.

---

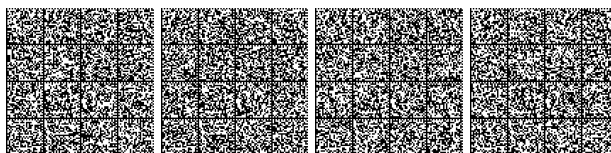
[20] Emanata il 26 novembre 2009 e pubblicata nella *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica italiana del 23 dicembre 2009, n. 298.

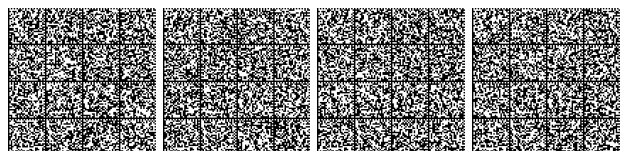
[21] In particolare nelle aree di Bologna, Roma e Venezia.

2. DEFINIZIONE DEL MERCATO RILEVANTE

2.1. Introduzione

67. Ai sensi dell'articolo 18 del Codice, l'Autorità, tenendo in massima considerazione la Raccomandazione e le Linee direttrici[22], definisce i mercati rilevanti conformemente ai principi del diritto della concorrenza e sulla base delle caratteristiche e della struttura del mercato nazionale delle comunicazioni elettroniche.
68. Nell'ambito della pratica del diritto della concorrenza, la definizione del mercato è quel processo il cui fine è di individuare un insieme di prodotti/servizi e loro fornitori (attuali e potenziali) che siano effettivamente alternativi per la soddisfazione di un determinato bisogno economico, delimitandone al tempo stesso l'ambito geografico di riferimento. In tal senso, il mercato rilevante presenta sia una dimensione merceologica sia una dimensione geografica.
69. Secondo una giurisprudenza consolidata il mercato del prodotto/servizio rilevante comprende i prodotti o i servizi sostituibili o sufficientemente intercambiabili, in funzione non solo delle loro caratteristiche obiettive, dei loro prezzi e dell'uso cui sono destinati, ma anche in funzione delle condizioni di concorrenza e/o della struttura della domanda e dell'offerta sul mercato in questione. Pertanto l'Autorità, oltre a considerare i prodotti o servizi sufficientemente intercambiabili per caratteristiche obiettive, prezzi e destinazione, analizza le condizioni di sostituibilità prevalenti dal lato della domanda e dell'offerta applicando il test del monopolista ipotetico, *small but significant non transitory increase in price* (SSNIP test).
70. Una volta identificato il mercato del prodotto/servizio rilevante, l'Autorità procede alla definizione della dimensione geografica del mercato, ovvero dell'area in cui i soggetti interessati sono attivi dal lato dell'offerta e della domanda dei prodotti/servizi in questione, in cui le condizioni della concorrenza sono simili o sufficientemente omogenee e che può essere distinta dalle aree adiacenti, in cui le condizioni prevalenti della concorrenza sono sostanzialmente diverse. Il punto di partenza per la definizione dei limiti del mercato geografico è analogo a quello sopra descritto per la valutazione della sostituibilità dal lato della domanda e dell'offerta (SSNIP test), anche se – in alcuni casi – la diretta applicazione del test del monopolista ipotetico potrebbe condurre all'individuazione di mercati di ambito geografico molto ristretto, quali un singolo comune o l'area servita da una singola centrale. In tali casi è opportuno che a prevalere sia sempre il concetto di omogeneità delle condizioni competitive.

---

[22] Cfr. Linee direttrici, capitolo 2, punti 33 – 69.

2.2. Il mercato dei servizi di diffusione radiotelevisiva per la trasmissione di contenuti agli utenti finali nella definizione della Commissione

71. Il mercato dei servizi di diffusione radiotelevisiva per la trasmissione di contenuti agli utenti finali era incluso nella lista dei mercati rilevanti identificati dalla Commissione europea nella Raccomandazione n. 2003/311/CE (c.d. mercato n. 18).
72. Nella Raccomandazione del 2003, il mercato n. 18 veniva descritto come afferente "i servizi di trasmissione radiotelevisiva e reti di distribuzione nella misura in cui forniscono i mezzi per la fornitura di contenuti radiotelevisivi agli utenti finali". La Raccomandazione non indicava alcun mercato al dettaglio corrispondente, posto che il servizio di trasmissione non viene, infatti, rivenduto al dettaglio, ma è utilizzato dal *broadcaster* acquirente per la fornitura al pubblico di contenuti.
73. Nella precedente analisi del mercato (delibera n. 544/07/CONS), è stato definito il mercato dei servizi diffusivi che consiste nella fornitura di capacità trasmissiva utilizzata per diffondere i canali radiotelevisivi al pubblico, attraverso diverse piattaforme trasmissive (analogico e digitale terrestre, satellite, reti in fibra ottica o rame). In tale mercato non rientrano i servizi tecnici ausiliari di trasmissione radiotelevisiva all'ingrosso, che costituiscono un mercato distinto.
74. Come sopra esposto, tale mercato è stato successivamente rimosso dalla lista, contenuta nell'allegato alla Raccomandazione del 2007, dei mercati rilevanti suscettibili di regolamentazione *ex ante*.
75. Nell'Explanatory note di accompagnamento alla Raccomandazione del 2007 la Commissione ha analizzato le diverse piattaforme trasmissive (analogico e digitale terrestre, reti di telecomunicazioni fisse, satellite, DSL) ritenendo che queste potrebbero configurare mercati separati, a livello *retail*, in considerazione dei fattori che incidono sull'analisi di sostituibilità, quali il prezzo, la copertura o la disponibilità dei diversi sistemi di trasmissione, nonché la possibilità degli utenti finali di cambiare broadcaster o piattaforma trasmissiva.
76. A livello *wholesale*, la Commissione ha esposto la motivazione connessa alla rimozione del mercato dalla nuova Raccomandazione, chiarendo che, in ragione dei mutamenti intervenuti nel mercato in questione, questo non sarebbe più suscettibile di superare il triplo test, in particolare il secondo criterio, e quindi di richiedere l'applicazione di misure regolamentari. E' emersa infatti, a livello europeo, una maggiore competizione interpiattaforma man mano che si completa la transizione dall'analogico al digitale, allentando i vincoli di capacità sulle diverse piattaforme. Peraltro, in ogni Stato membro, sarebbero ad oggi disponibili almeno 3-4 piattaforme digitali (i.e. terrestre, satellite, reti di telecomunicazioni fisse) capaci di competere fra loro, rispetto alle 2-3 disponibili in analogico.
77. La Commissione ha dunque rilevato non solo l'aumento dei mezzi trasmissivi disponibili, ma soprattutto una maggiore competizione fra gli stessi, soprattutto sul fronte dell'acquisizione di contenuti. Per tale motivo, nonostante l'esistenza di barriere all'entrata su tale mercato, e quindi la possibilità che il primo criterio sia superato,

considerate le predette dinamiche competitive, il secondo criterio del triplo test non sarebbe soddisfatto almeno, in generale, a livello europeo.

78. La Commissione ha altresì posto l'accento sull'importanza di imporre obblighi di *must carry* (ai sensi dell'art. 31 della Direttiva quadro) nel caso in cui i servizi destinati agli utenti finali siano per lo più fruiti tramite rete terrestre televisiva o radiofonica, al fine di rendere disponibile un maggior numero di programmi su tali reti. Come rilevato dalla Commissione, eventuali problemi di accesso alle piattaforme trasmissive potrebbero essere dunque risolti mediante l'imposizione di obblighi di tal fatta[23].

79. Inoltre, ai sensi dell'art. 12 della Direttiva quadro, nel caso in cui sussistano esigenze di protezione dell'ambiente, della salute pubblica o di pubblica sicurezza, in conseguenza delle quali gli operatori siano privati dell'accesso a infrastrutture di rete, gli Stati membri possono consentire la condivisione/co-locazione di reti di comunicazione elettronica proprietarie.

80. Infine, la Commissione ha ricordato come eventuali rifiuti o difficoltà di accesso alle infrastrutture essenziali possano essere affrontate a livello europeo dalle autorità di concorrenza in applicazione della legge antitrust.

81. In conclusione, la Commissione ha ritenuto che, nella maggior parte degli Stati membri, il triplo test, ed in particolare il secondo criterio, non sarebbe soddisfatto ed eventuali problemi di accesso alle infrastrutture connessi ad obiettivi di pubblico interesse potrebbero essere affrontati e risolti mediante l'imposizione di obblighi di *must-carry*, per cui ha ritirato il mercato in questione dalla lista di cui alla Raccomandazione del 2007.

2.3. Descrizione tecnica dei servizi di diffusione radiotelevisiva per la trasmissione di contenuti agli utenti finali

82. Il mercato dei servizi diffusivi consiste nella fornitura di capacità trasmissiva utilizzata per diffondere i canali radiotelevisivi al pubblico. In Italia, tali servizi sono principalmente erogati sulla rete terrestre e sulla rete satellitare. Dalla fine del 2003, gli operatori hanno realizzato le prime reti di diffusione terrestre in tecnica digitale, destinate a sostituire integralmente l'infrastruttura terrestre analogica. I servizi di diffusione vengono forniti anche attraverso altre piattaforme, quali quelle costituite da infrastrutture terrestri cablate a larga banda, realizzate in fibra ottica o in rame con tecnologia xDSL.

83. Come si evince dalla Direttiva accesso (art. 6, § 3), nonché dalla Raccomandazione del 2003, nel mercato dei servizi diffusivi non rientrano i servizi tecnici ausiliari di trasmissione radiotelevisiva all'ingrosso, che costituiscono un mercato distinto.

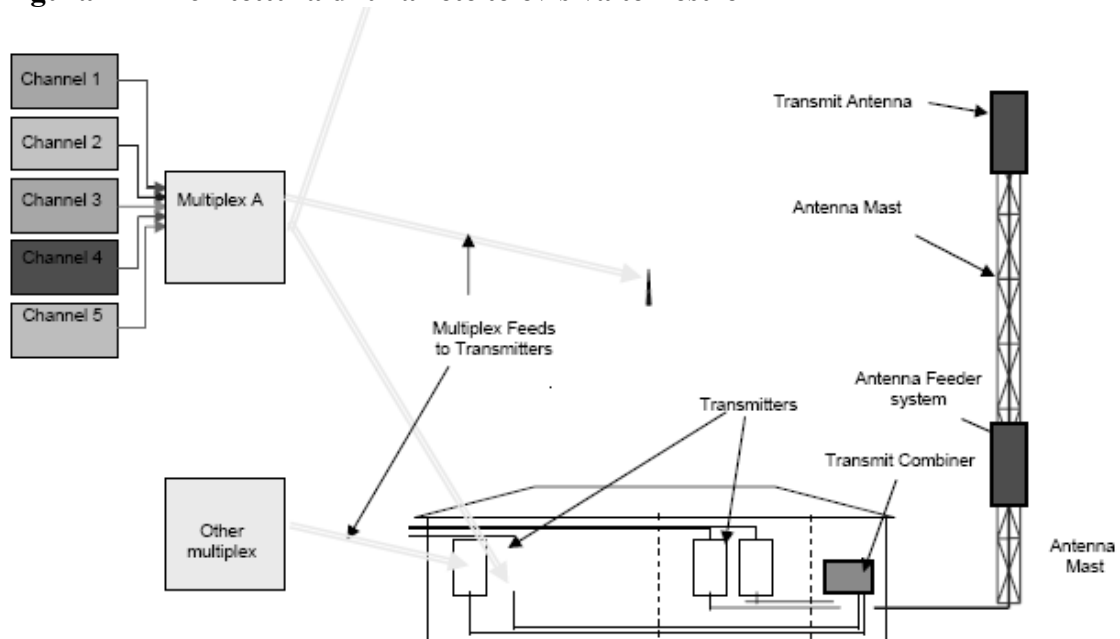
---

[23] Cfr. pag. 49 dell'Explanatory Note, ove si legge: "*However, the principle remains that perceived problems of access to transmission platforms for specified channels and services can be addressed via Article 31 USD where they meet a general interest objective*".

84. Ciò premesso, verranno offerte le specifiche tecniche delle reti utilizzate per la fornitura dei servizi in questione, tenuto conto della descrizione già operata nell'ambito della delibera n. 544/07/CONS e delle innovazioni tecniche nel frattempo intercorse.

Le reti televisive terrestri

85. Nella precedente analisi di mercato è stata fornita un'illustrazione delle caratteristiche delle reti diffusive terrestri in tecnica analogica e digitale, cui si rimanda per eventuali approfondimenti.
86. A titolo esemplificativo, si riporta una figura (Figura 1) che illustra il funzionamento di una rete televisiva terrestre, costituita dall'insieme delle infrastrutture tecniche e delle risorse frequenziali necessarie a diffondere contenuti radiotelevisivi agli utenti finali.
87. Come emerge dalla figura, il segnale televisivo generato nel centro di produzione viene trasportato, attraverso collegamenti in ponte radio, satellitari o via reti di telecomunicazioni fisse, ai siti da dove viene irradiato il programma all'utente finale. Da ciascun sito, il trasmettitore diffonde il segnale radio nell'area coperta e viene ricevuto dagli utenti attraverso le antenne domestiche. La diffusione viene effettuata su una frequenza radio assegnata all'operatore sullo specifico sito.

Figura 1 – Architettura di una rete televisiva terrestre

88. Nella presente analisi, in considerazione del prossimo completo passaggio alla televisione digitale terrestre, si fornisce qualche approfondimento tecnologico inerente lo standard DVB-T e le attese innovazioni tecnologiche derivanti dello stesso.

89. Il Digital Video Broadcasting - Terrestrial (DVB-T) è lo standard del consorzio europeo DVB per la trasmissione televisiva digitale terrestre.
90. Nella trasmissione in tecnica digitale terrestre un flusso video, uno audio e uno dati sono "multiplati" insieme a costituire un flusso di programma MPEG-2 PS (MPEG-2 Programme Stream). Uno o più flussi di programma costituiscono un flusso di trasporto MPEG-2 TS (MPEG-2 Transport Stream); tale flusso rappresenta la sequenza digitale che viene trasmessa e ricevuta nei *set top box* (STB) domestici. La *bit rate* ammessa per il trasporto MPEG-2 dipende dai parametri scelti per la modulazione: essa varia da circa 5 a circa 32 Mbps.
91. Mediante una tecnica denominata *trasmissione gerarchica* possono essere trasmessi contemporaneamente due diversi flussi di trasporto, allo scopo, ad esempio, di trasmettere un segnale video a definizione standard (SDTV) ed un segnale video ad alta definizione (HDTV)[24]. In ricezione, a seconda della qualità del segnale ricevuto, il *set top box* può cercare di decodificare il flusso ad alta definizione oppure, se la qualità del segnale ricevuto è scarsa, passare al segnale a definizione standard (così facendo, i ricevitori vicini al sito di trasmissione potranno usufruire di un segnale ad alta definizione, e tutti quelli serviti nell'area di copertura, anche i più distanti, potranno ricevere il segnale a definizione standard).
92. Il segnale digitale viene opportunamente trasformato in un segnale analogico, grazie ad un convertitore digitale-analogico (DAC, *Digital to Analog Converter*), ed infine modulato a frequenza radio (VHF o UHF) dal *front-end* ad RF. La larghezza di banda occupata da ciascun singolo segnale DVB-T è studiata per accomodarsi in canali larghi 5, 6, 7 o 8 MHz.
93. Il tipo di modulazione usato (OFDM) è del tutto diverso da quello usato per le trasmissioni analogiche (sono presenti molte portanti, anziché una portante per il video, una per il colore e una per l'audio), per cui i sintonizzatori analogici non possono in alcun modo essere adattati a ricevere questo tipo di trasmissione; questo rende necessario l'utilizzo di decoder esterni all'apparecchio televisivo, o di televisori dotati dei due tipi di sintonizzatore (finché permarrà la situazione di convivenza di segnali analogici e digitali).
94. In ricezione, il *set top box* contiene tutti i circuiti necessari ad effettuare la demodulazione e la decodifica del segnale ricevuto, utilizzando tecniche duali, ovvero complementari o inverse, a quelle descritte per la trasmissione.
Le specifiche tecniche del DVB-T sono riportate nella figura sottostante.

---

[24] In genere, il segnale a definizione standard verrà protetto maggiormente, ed il segnale ad alta definizione sarà invece protetto in misura minore.

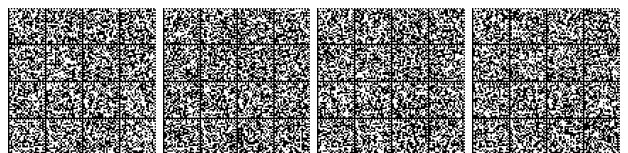
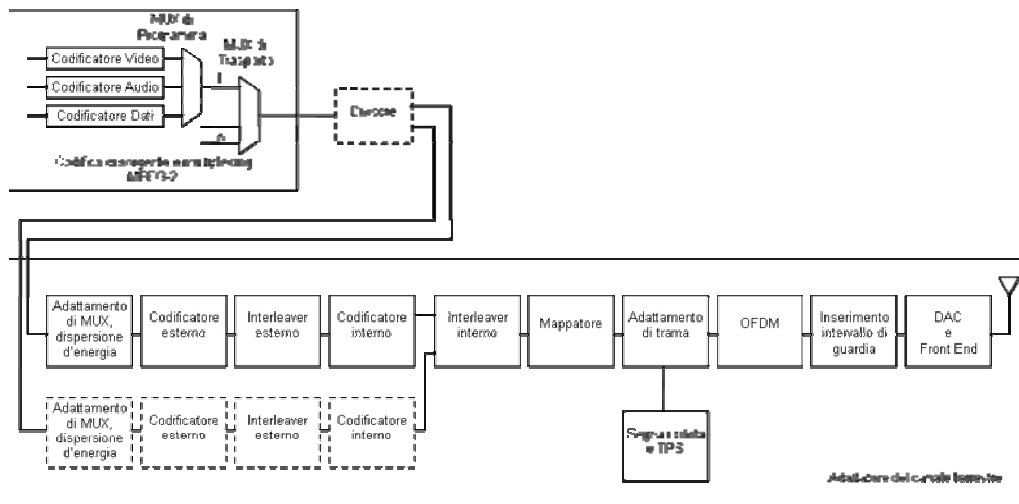



Figura 2 – Funzionamento di una rete DVB-T

95. Il passaggio alla tecnica digitale determina quindi la possibilità di elaborare e comprimere dati digitali, rendendo assai più efficace l'uso della capacità di rete rispetto ai segnali analogici. In generale, la tecnica digitale "*consente di offrire servizi di teleradiodiffusione nuovi o comunque migliorati: programmi aggiuntivi, miglioramenti connessi ai programmi, miglioramento della qualità dell'immagine e del suono, servizi interattivi, e di trasmissione dati, tra cui i servizi della società dell'informazione e di internet*"[25]. In particolare, la trasmissione in tecnica digitale permette di diffondere su una stessa rete un numero maggiore di programmi.

96. In Italia, vi è una certa sostituibilità dal lato dell'offerta tra reti televisive analogiche e digitali. Infatti, a differenza di altri Paesi, non è prevista alcuna distinzione nell'allocazione delle bande di frequenza al servizio televisivo analogico e a quello digitale (c.d. uso promiscuo della banda frequenziale). Sia le reti televisive analogiche che quelle digitali utilizzano, infatti, le stesse bande di frequenza (III, IV e V)[26], non essendoci alcuno spazio frequenziale riservato, in via esclusiva, ad almeno una delle due tecniche trasmissive.

97. Inoltre, anche da un punto di vista tecnico, gli impianti impiegati per le trasmissioni analogiche possono essere usati anche per le trasmissioni televisive in tecnica digitale, salvo un processo di riconversione tecnica di tali apparati. La conversione al digitale implica infatti i seguenti processi:

- Conversione in digitale degli impianti analogici utilizzando la stessa frequenza;

---

[25] Cfr. Comunicazione della Commissione n.SEC(2003)992 sulla transizione dalla trasmissione radiotelevisiva analogica a quella digitale (dallo "switchover" digitale allo "switch-off" analogico), 17 settembre 2003, pag. 7.

[26] L'unica differenza riguarda la banda I, che viene marginalmente utilizzata per le trasmissioni in tecnica analogica, mentre non viene utilizzata per quelle in tecnica digitale.

- Utilizzo degli attuali sistemi radianti;
- Utilizzo degli stessi siti per la diffusione;
- Adeguamento della rete di distribuzione;
- Decremento della potenza trasmessa con l'obiettivo di garantire la stessa area di copertura del segnale analogico;
- Sostituzione degli apparati RF utilizzati in analogico (filtri di canale, amplificatori).

98. Dal lato della domanda, invece, la struttura del mercato risulta parzialmente differente a seconda del tipo di tecnica trasmissiva utilizzata[27].
99. Gli impianti e le frequenze individuati nel titolo abilitativo di un operatore possono essere utilizzati anche ai fini della trasmissione di programmi di fornitori di contenuti terzi nonché di servizi interattivi. Ciò implica una netta distinzione di ruoli e funzioni tra l'attività di trasmissione del segnale televisivo e l'offerta di contenuti televisivi. In tale contesto, il proprietario della rete offre ai fornitori di contenuti (ed ai fornitori di servizi interattivi) capacità trasmissiva nella propria disponibilità.
100. Ai fini dell'evoluzione delle reti digitali in Italia sono stati determinanti sia il *frequency trading*[28], sia il piano di transizione al digitale[29]. A tal riguardo si osserva infatti che i principali operatori televisivi nazionali hanno cominciato ad implementare le proprie reti tramite il *trading* delle frequenze, che ha consentito trasferimenti di impianti o di rami di azienda tra concessionari televisivi in ambito locale o tra questi e concessionari televisivi in ambito nazionale, a condizione che le acquisizioni fossero impiegate esclusivamente per la diffusione sperimentale in tecnica digitale. Come già evidenziato, i principali operatori televisivi operanti in tecnica analogica hanno, quindi, sin dalla fine del 2003, condotto campagne di acquisizione di frequenze/impianti per sviluppare le proprie reti digitali su frequenze terrestri. Di conseguenza, si può affermare che il grado di evoluzione delle reti DTT sia stato in passato legato in modo univoco e diretto all'incremento progressivo delle operazioni di trasferimenti di impianti e rami d'azienda[30].

---

[27] Un'altra differenza risiede nel fatto che la struttura di una rete digitale può essere diversa da quella analogica: nel caso analogico l'ottimizzazione delle risorse frequenziali implica l'utilizzo di canali diversi in impianti vicini (le *reti* sono *multifrequenza*, ovvero MFN – Multi Frequency Network), mentre nel digitale è preferibile l'utilizzo di uno stesso canale in impianti limitrofi (le reti possono essere isofrequenziali, ovvero SFN – Single Frequency Network).
[28] Vedi D.L. 23 gennaio 2001, n. 5, recante disposizioni urgenti per il differimento di termini in materia di trasmissioni radiotelevisive analogiche e digitali, nonché per il risanamento di impianti radiotelevisivi, convertito con modificazioni dalla legge 20 marzo 2001, n. 66.
[29] Previsto dal decreto del Ministro dello sviluppo economico 10 settembre 2008, pubblicato nella Gazzetta Ufficiale della Repubblica italiana n. 238 del 10 ottobre 2008, e successive modificazioni e integrazioni.
[30] A titolo di esempio si noti che mentre nel 2002 il numero di trasferimenti di impianti era stato pari a circa 90, nel 2004 tale numero è salito a circa 300, per raggiungere il massimo (inclusi sia i trasferimenti

101. L'evoluzione delle suddette reti è ora maggiormente connessa al piano di transizione che prevede lo spegnimento dell'analogico ed il passaggio al digitale entro il 2012. Il processo di *switch-off* prevede una transizione al digitale progressiva delle varie regioni italiane, divise in 16 aree, a partire dal secondo semestre del 2009 fino al secondo semestre del 2012. La prima regione in cui è avvenuto il completamento della conversione degli impianti per la televisione digitale terrestre è stata la Sardegna, ove tali attività hanno avuto luogo nel periodo compreso tra il 1° settembre ed il 30 di ottobre 2008. Successivamente, sono state digitalizzate la Valle D'Aosta, l'Alto Adige, il Trentino, il Lazio e la Campania. Gran parte delle regioni Lombardia, Piemonte ed Emilia Romagna vede ora in digitale Rai 2 e Rete 4, ma tali zone saranno completamente digitalizzate entro la fine del 2010, unitamente al Veneto, alla Liguria e al Friuli Venezia Giulia. Nel 2009, i cittadini coinvolti nel processo di digitalizzazione sono stati circa 14 milioni e, nel 2010, la stima totale della popolazione coinvolta è di circa 37 milioni, pari ad oltre il 60 per cento della popolazione italiana[31].

Lo standard DVB-H

102. Il DVB-H è uno standard, adottato nel novembre 2004 dall'ETSI (European Telecommunications Standards Institute), che consente la trasmissione di contenuti audiovisivi su terminali mobili, inclusi quelli di telefonia mobile, anche con caratteristiche di interattività. In particolare, sul terminale DVB-H è possibile ricevere in mobilità contenuti televisivi quali TV digitale, *pay per view*, digital radio, teletext, servizi informativi; inoltre, realizzando il canale di ritorno, il DVB-H consente di fornire servizi interattivi, quali, ad esempio, la partecipazione a sondaggi, giochi e la fruizione di programmi su richiesta. Nel 2008, la Commissione ha deciso di inserire lo standard DVB-H nell'elenco degli standard ufficiali dell'UE, al fine di promuovere l'offerta armonizzata di servizi di comunicazione elettronica in tutta l'UE.
103. Lo standard DVB-H è derivato dal DVB-T e usa lo stesso livello fisico di trasporto. Entrambi condividono lo stesso (de)modulatore del trasmettitore e del ricevitore del segnale. Il segnale del DVB-H è "multiplato" sulla trama che viene trasmessa sulle stesse frequenze previste per il DVB-T. Tuttavia, dovendo garantire la ricezione in mobilità e da terminali posizionati anche *indoor*, la trasmissione in DVB-H deve soddisfare dei requisiti tecnici aggiuntivi. In particolare, al fine di supportare i dispositivi mobili e la ricezione in movimento, lo standard DVB-H prevede ulteriori caratteristiche quali il risparmio di batteria, una maggiore robustezza, un *handover* facilitato – che consiste nel limitare l'interruzione del segnale in caso di spostamento tra aree di copertura diverse - nonché altre specificità quali la mobilità con un alto *data-rates*, la ricezione con singola antenna e le reti SFN (*single frequency*).

DTT sia DVB-H) di circa 700 nel 2006, mentre già nel 2007 il numero era drasticamente ridotto a poche decine, diventando trascurabile nel 2008.
[31] Stime DGTVi.

104. La presenza di tali dotazioni ulteriori è garantita attraverso l'adozione delle seguenti soluzioni: il *time slicing*, necessario a ridurre il consumo di batteria e a facilitare l'*handover*[32], il MPE-FEC (Multi-Protocol Encapsulator/Forward Error Correction), ossia un protocollo di correzione dell'errore necessario ad incrementare la tolleranza al rumore e la robustezza, e la caratteristica di modulazione 4K-mode, adatta per la trasmissione su terminali mobili. Queste soluzioni (il *time slicing*, il MPE-FEC e l'introduzione, nel modulatore del DVB-T del 4K-mode e del DVB-H Transmission Parameter Signalling) devono essere incorporate sia nell'apparato trasmittente, ossia il multiplex, che nei terminali mobili riceventi.
105. Le bande di frequenza utilizzabili per il DVB-H sono le stesse previste dallo standard europeo per l'uso della televisione digitale terrestre (VHF e UHF) e, in particolare, la III, la IV e la V banda. Tuttavia, le frequenze più adatte per la trasmissione in DVB-H sono considerate prevalentemente quelle comprese nella banda IV UHF e in parte della V UHF, tra 470 MHZ e 650 MHZ. Tali frequenze, infatti, sono sufficientemente basse da consentire una propagazione a lunga distanza e sufficientemente elevate da evitare interferenze. La gamma di frequenze indicata, infatti, minimizza l'interferenza potenziale sul ricevitore tra la ricezione DVB-H e le trasmissioni GSM/UMTS. In alternativa, l'uso della banda III (VHF), sebbene possa richiedere l'estrazione di una piccola antenna dal ricevitore mobile, presenta consistenti vantaggi dal punto di vista propagativo.
106. In linea di principio, è possibile realizzare la condivisione dello stesso multiplex tra la trasmissione in standard DVB-T e DVB-H. In particolare, nella c.d. trasmissione in modalità gerarchica, il flusso HP (ad alta priorità) porta il segnale per l'utenza mobile, che richiede una modulazione più "robusta", mentre il flusso LP (a bassa priorità) trasporta il segnale per l'utenza fissa. Tuttavia, l'utilizzo dello stesso multiplex per il DVB-T e il DVB-H implicherebbe alcune inefficienze, che si tradurrebbero in una riduzione del numero di canali trasmessi e in una più facile attenuazione del segnale, con la conseguente necessità di disporre di più siti[33].

[32] In particolare, il *time slicing*, che consente di ridurre il consumo della batteria di circa il 90-95%, è una "multiplazione" di servizi realizzata attraverso un multiplex a divisione di tempo. In altri termini, tale tecnologia consente la trasmissione periodica di dati in *burst*. Ad esempio, i dati video o audio, che generalmente rappresentano un contenuto da 1 a 5 secondi, arrivano con un singolo *burst*; durante i periodi di interarrivo tra due *burst*, il *tuner* contenuto nel terminale mobile è inattivo, consentendo una riduzione del consumo di potenza. Inoltre, i dati inviati in *burst* vengono memorizzati e trasmessi di continuo, di modo che l'utente non noti il periodo di inattività.
[33] Sotto il profilo tecnico, infatti, occorre rilevare che la soluzione "mista" comporterebbe l'applicazione al DVB-H delle modulazioni proprie del DVB-T (ossia 64 o 16 QAM, Quadrature Amplitude Modulation); considerato, infatti, che la modulazione adatta alla trasmissione in DVB-H (QPSK ½ - Quadrature Phase Shift Key) è differente rispetto a quella del DVB-T, ossia più robusta e con livelli di copertura maggiore, anche se implica una ridotta capacità trasmissiva, l'applicazione della modalità DVB-T comporterebbe la pianificazione con un numero di siti estremamente elevato con conseguente innalzamento degli investimenti di rete. Inoltre, come si è visto, per il DVB-H è suggeribile l'uso del modo trasmissivo 4K contro il 2K o 8K del DVB-T, così da esaltare le prestazioni di qualità di segnale.

107. Per quanto riguarda l'architettura di rete per la trasmissione dello standard DVB-H, l'utilizzo dei siti tipici dei broadcaster, collocati in posizione elevata, può non essere sufficiente per assicurare una adeguata copertura *indoor*, specialmente in ambienti urbani. Ciò in considerazione sia delle attenuazioni di segnale introdotte quando il servizio viene fruito *indoor* o in contesti fortemente urbanizzati, sia del fatto che il punto di ricezione del terminale mobile è localizzato mediamente intorno ai 1,5 metri dal livello del suolo. Pertanto, in aggiunta al primo livello di rete, realizzato a monte con trasmettitori di alta potenza, posti nei siti dei broadcaster, e tecnicamente equivalente ad una rete DVB-T, è necessario, in particolare nei centri urbani, un secondo livello di rete atto ad integrare la copertura, specialmente in ambienti *indoor*. Tale secondo livello di rete è costituito da trasmettitori di bassa potenza, i c.d. *gap-filler*, posizionati nelle città, in isofrequenza, con l'ombrello di copertura del trasmettitore a monte. In linea di principio, i *gap-filler* possono essere posizionati nei siti utilizzati per le infrastrutture di rete mobile.
108. Inoltre, va rilevato che per la fornitura di servizi interattivi in tecnologia DVB-H, quali ad esempio la personalizzazione dell'uso dei programmi fruiti, è necessaria la realizzazione del canale di ritorno. Tale canale di ritorno può essere fornito dalle reti mobili GSM/UMTS. Oltre a consentire la fornitura di servizi interattivi, il canale di ritorno consente la funzione di autenticazione e fatturazione dei contenuti offerti al cliente dell'operatore mobile.
109. Per queste considerazioni, una rete DVB-H presenta un carattere "ibrido" tra una rete broadcaster e una rete di telefonia mobile[34].
110. Pertanto, un operatore di rete digitale pianifica la propria rete a seconda della tipologia di servizi che intende offrire. Allo stato, infatti, chi fornisce servizi di trasmissione televisiva in tecnica DVB-T presenta una rete completamente differente da chi fornisce i medesimi servizi in DVB-H e non potrebbe offrire tale servizio se non modificando sostanzialmente la rete (ad es. introducendo nuovi siti, integrando la rete con i *gap-filler*, etc.). Allo stesso modo, i costi di riconversione da una rete DVB-H a una DVB-T sono, allo stato, assai onerosi.

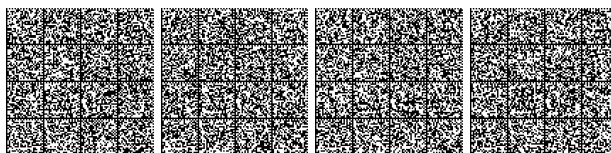
Occorre in ultimo rilevare che, in ogni caso, l'applicazione della modalità gerarchica richiede un aggiornamento dei decoder in possesso degli utenti DVB-H. Una volta predisposto il multiplex alla trasmissione in standard DVB-H, per utilizzare la rete in modo dedicato con tale standard, ovvero passare da una soluzione mista ad una soluzione dedicata, è sufficiente estendere la trasmissione in standard DVB-H a tutti i canali possibili del multiplex. Disponendo di un multiplex dedicato, è possibile trasmettere fino a 15-20 programmi per ciascun flusso "multiplato".

[34] Oltre allo standard DVB-H, si sono sviluppate anche altre tecnologie di broadcasting su terminali mobili, quali, ad esempio, il Digital Multimedia Broadcast (DMB), che utilizza lo standard Digital Audio Broadcast (DAB) Eureka-147 con una correzione di errore aggiuntiva; lo standard Integrated Services Digital Broadcasting (ISDB-T), sviluppato in Giappone per la trasmissione digitale terrestre; il MediaFLO, un sistema proprietario sviluppato da Qualcomm. Attualmente il DVB-H è lo standard più utilizzato per la televisione mobile nell'UE. In alcuni paesi europei (Italia, Finlandia, Austria, Francia, Svizzera e Spagna) il lancio commerciale è già stato effettuato e nei restanti paesi europei sono in corso prove e sperimentazioni. In termini prospettici si segnala l'evoluzione dello standard DVB-HS (*Digital Video Broadcasting-Handheld*) in banda S per utilizzo satellitare.

La rete radiotelevisiva satellitare

111. Considerato che non vi sono stati significativi cambiamenti tecnologici, per la descrizione tecnica di una rete satellitare si rimanda al §134 e ss. della delibera n. 544/07/CONS.
112. Recentemente, il gruppo DVB ha definito uno standard di seconda generazione (DVB-S2), che rappresenta l'evoluzione dello standard DVB-S, già descritto nella citata delibera. Il nuovo standard, grazie all'utilizzo di tecniche di codifica dell'errore e di modulazione del segnale trasmesso più sofisticate, risulta essere più efficiente del precedente e sarà prevalentemente utilizzato per una trasmissione più efficiente dei servizi diffusivi di TV a definizione standard (SDTV, Standard Definition TeleVision) e ad alta definizione (HDTV, High Definition TeleVision), come del resto già avviene per la diffusione satellitare da alcuni transponder della flotta satellitare di Eutelsat per alcuni segnali diffusi dall'operatore SKY Italia.

La rete radiofonica terrestre

113. Le trasmissioni radiofoniche terrestri sono realizzate su scala nazionale e locale utilizzando diverse bande di frequenze e differenti modulazioni, quali la modulazione di frequenza (MF) e la modulazione di ampiezza (AM). Le trasmissioni in modulazione di frequenza avvengono nella banda 87.5÷108.0 MHz della gamma VHF, mentre quelle in modulazione di ampiezza avvengono nelle gamme di frequenza delle onde lunghe (30÷300 kHz), onde medie (300 kHz ÷3 MHz) e onde corte (3 MHz ÷30 MHz). La trasmissioni in modulazione di ampiezza su onde medie è ad oggi quasi inutilizzata, poiché, avvenendo su frequenze molto basse, richiede una enorme potenza e grandi antenne per ottenere risultati soddisfacenti. Tuttavia, oggi la banda FM è pressoché satura e non consente a nuovi soggetti di accedervi, mentre quella AM risulta più libera, per cui alcune emittenti la stanno utilizzando.
114. Le reti radiofoniche presentano, da un lato, delle analogie con le reti televisive terrestri e, dall'altro, delle differenze. Come nel caso della rete televisiva terrestre, la rete è costituita da un insieme di siti e di frequenze (bacini) che coprono una parte del territorio; ogni canale analogico è in grado di trasmettere un solo programma radiofonico. Inoltre, nella radiofonia vi è una sostanziale integrazione verticale per quanto riguarda gli operatori di rete e i fornitori di contenuti. Infine, anche in questo mercato esiste un elevato numero di emittenti locali (circa 1.500 emittenti), distribuito su tutto il territorio nazionale.
115. Le differenze sostanziali tra le reti diffusive radiofoniche e quelle televisive consistono nella maggiore ampiezza della copertura del segnale radio, che consente una copertura su scala nazionale con un numero limitato di siti, e nella minore direzionalità del segnale, che riduce i vincoli nel posizionamento delle antenne trasmissive.
116. L'Autorità, con la delibera 266/06/CONS del 16 maggio 2006, nel dettare la disciplina della fase di avvio delle trasmissioni digitali televisive terrestri verso terminali mobili con standard DVB-H, ha previsto anche l'opportunità di valutare

l'avvio di trasmissioni radiofoniche in tecnica digitale attraverso gli ulteriori standard disponibili, per tenere conto dell'evoluzione del settore, nel rispetto del principio di "neutralità tecnologica".

117. In questo contesto sono emersi come nuovi standard, a livello internazionale, il DMB quale evoluzione del DAB, l'IBOC e il DMR.

118. Il DMB è bastato sullo standard Eureka 147 usato già nel T-DAB. Esistono attualmente due sistemi cosiddetti DMB basati su approcci differenti, ma con caratteristiche simili, il T-DMB sviluppato in Corea e il DAB-IP sviluppato in Europa. Tali standard prevedono l'utilizzo delle frequenze radio terrestri in banda VHF III e/o in banda L (T-DMB/DAB-IP) e l'eventuale utilizzo di sistemi satellitari in banda L (S-DAB)[35].

119. Le principali caratteristiche dei sistemi Eureka 147-DMB sono:

- *i)* Utilizzo dei sistemi innovativi di codifica audio/video rivolti alla ricezione mobile;
- *ii)* Compatibilità con le reti T-DAB: i segnali T-DAB possono essere trasmessi con l'infrastruttura di rete esistente e i ricevitori DMB possono ricevere anche i programmi T-DAB;
- *iii)* Basso assorbimento elettrico dei terminali;
- *iv)* Elevatissima robustezza rispetto ai disturbi nella ricezione;
- *v)* Possibilità di servizi dati IP;
- *vi)* Possibilità di realizzare estese reti SFN e K-SFN, permettendo un uso efficiente dello spettro radioelettrico.

120. L'IBOC è uno standard usato negli USA per la trasmissione radiofonica digitale in ambito locale.

121. Il DRM - Digital Radio Mondiale, è stato inizialmente sviluppato per digitalizzare le frequenze da 0 a 30 MHz e si discute di una sua possibile evoluzione applicativa nelle bande superiori.

122. Parallelamente, è stata introdotta a livello internazionale (ad es. in Francia e Gran Bretagna) la tecnica di compressione del segnale sonoro definita MPEG 4, che ha una maggiore efficienza dell'attuale MPEG 2, potendo contenere, in un singolo blocco, molti più programmi audio, video o dati rispetto all'attuale tecnica.

Le reti di diffusione televisiva via reti di telecomunicazioni fisse

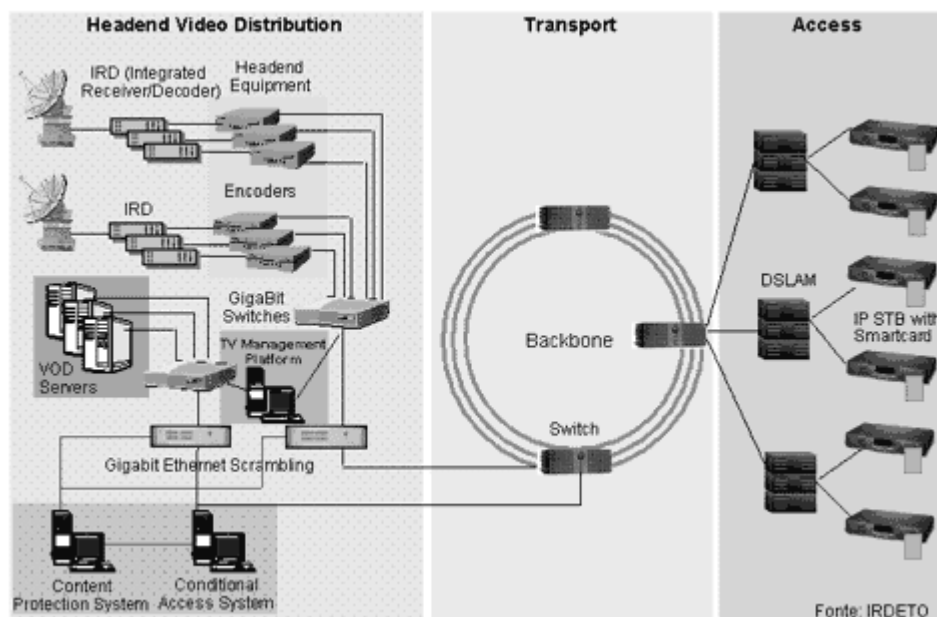
123. La tecnologia utilizzata prevalentemente per la trasmissione di programmi televisivi via reti di telecomunicazioni fisse si basa su protocollo IP e tale tipo di

[35] Entrambe le tecnologie sono basate sullo standard Europeo ETSI EN 300 401 del T-DAB. Il DMB nella variante coreana è già stato lanciato commercialmente in Corea, Germania e Cina. Il DAB-IP è stato lanciato nel Regno Unito nel 2006.

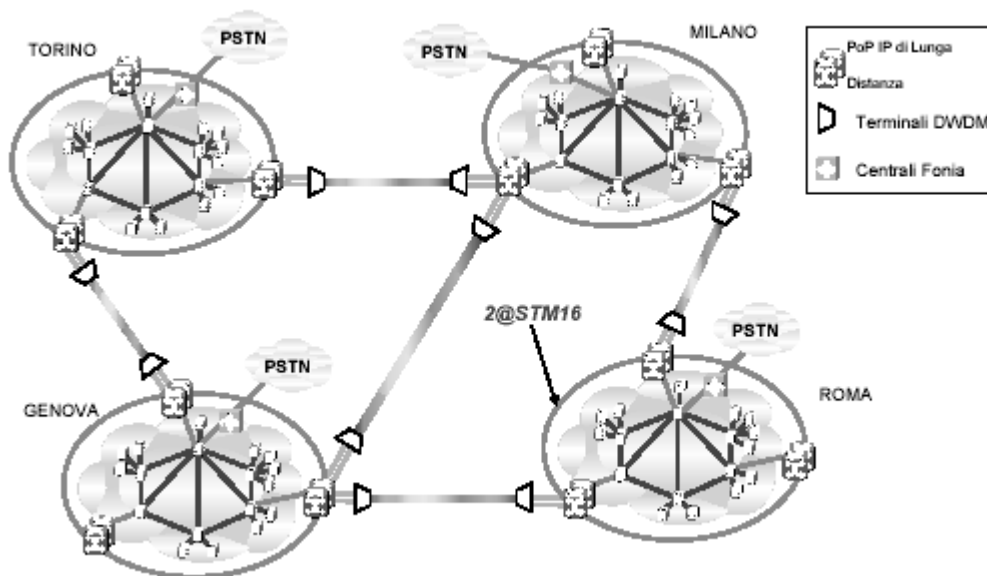
televisione è comunemente denominata IPTV (Internet Protocol Television[36]). Al fine di fruire di tale servizio, l'utente deve possedere una connessione ADSL e un decoder per il collegamento con il proprio apparato televisivo.

124. In particolare, la televisione su Internet (IPTV) si configura come una piattaforma digitale i cui contenuti/servizi sono veicolati attraverso banda larga su una rete IP chiusa, gestita dal fornitore di servizio, vale a dire dagli operatori di telecomunicazioni. Pertanto, per l'IPTV, non esiste uno standard aperto ed ogni operatore utilizza uno standard proprietario.

125. Una piattaforma IPTV utilizza tre segmenti di rete: la rete di accesso, la rete *backbone* e la c*ontent delivery network* (CDN), cioè la rete per la distribuzione dei contenuti, per lo più composta da elementi logici. La CDN include degli elementi detti *content delivery server*, in cui risiedono i contenuti da erogare, che possono essere distribuiti a livello territoriale fino al singolo PoP. Questi stessi *server* si occupano poi di tracciare la fruizione dei contenuti da parte dei clienti e comunicare con i sistemi di commercio elettronico e di fatturazione. I servizi lineari sono effettuati in modalità *multicast* mentre per i servizi non lineari (VOD, NPVR, etc.) è utilizzata la modalità *unicast*.

Figura 3 - Architettura semplificata IPTV

[36] Si fa presente che ad oggi vi sono anche altre modalità di fruizione della televisione attraverso internet (web tv), che non assumono rilevanza i fini della presente analisi in quanto non incidono sul mercato di riferimento *wholesale* dei servizi di diffusione televisiva.

126. Le reti che riguardano il segmento di *backbone* nazionale (WAN: *wide area network*) e quello della distribuzione cittadina (MAN: *metropolitan area network*) sono state realizzate utilizzando tecnologie di trasporto ottiche basate su DWDM (*dense wavelength division multiplexing*) e SDH (*synchronous digital hierarchy*)[37]. Dalla interconnessione delle reti metropolitane nasce la rete WAN che connette tra di loro le città italiane.
127. In via esemplificativa, nella seguente figura si fornisce l'esempio della rete WAN per l'offerta dei servizi di un operatore:

Figura 4 - Architettura WAN (rete a lunga distanza)

128. Le dorsali che collegano le città italiane coperte dal servizio sono interconnesse tramite PoP IP di lunga distanza che permettono la trasmissione e ricezione di flussi dati ad altissima velocità ed effettuano le funzioni di *routing*.
129. Le reti metropolitane presentano una gerarchia di tipo ad "onion" a tre strati (*layer*) come descritto nella seguente figura:

[37] I sistemi DWDM consentono la multiplazione di canali ottici di lunghezza d'onda differente sulla stessa fibra ottica e l'utilizzo di una multiplazione sincrona, mentre la tecnologia SDH permette di inserire (disinserire) flussi a bassa velocità (ad esempio pari a 4 Mbit/s) in flussi ad alta velocità (ad esempio pari s 2.4 Gbit/s).

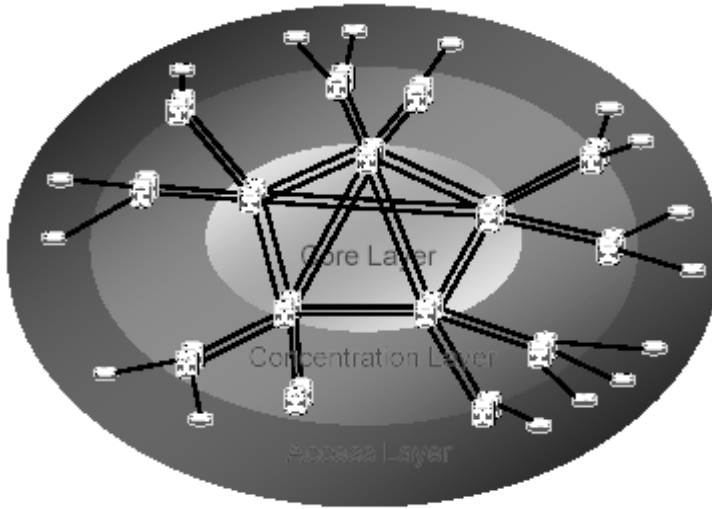
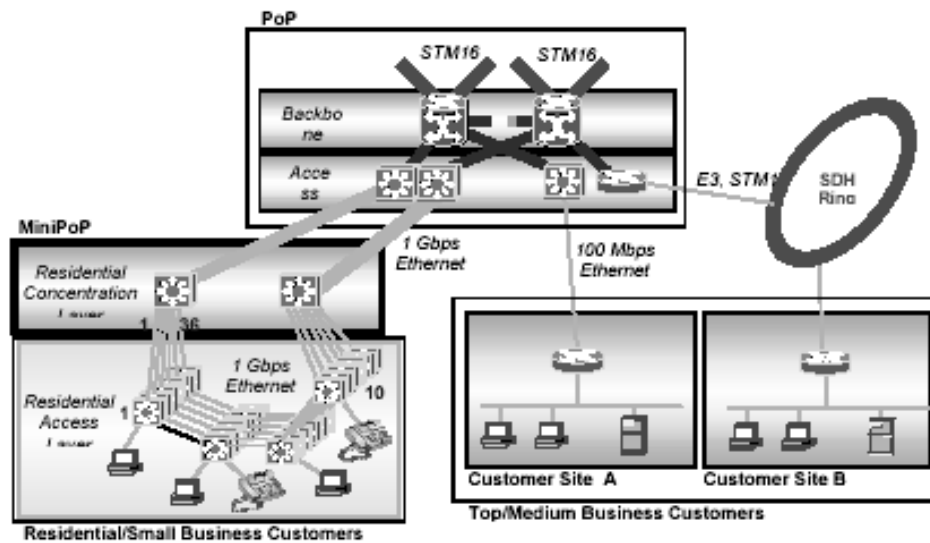
Figura 5 - Architettura della rete Metropolitana

130. Lo strato più interno, il *Core Layer,* rappresenta il nocciolo della struttura e garantisce l'erogazione di servizi di dorsale IP tramite i PoP IP di lunga distanza sui quali si attesta la terminazione del cavo in fibra ottica. Tale strato garantisce quindi l'interconnessione delle reti MAN dando luogo alla rete WAN. Il *Concentration Layer* raccoglie il traffico IP ed esegue la concentrazione verso servizi di *switchning core*. Infine, lo strato più esterno, l'*Access Layer* è lo strato accessibile dagli utenti finali.
131. Il segmento di accesso può essere realizzato sia in fibra ottica sia utilizzando il doppino in rame sfruttando le tecnologie trasmissive *xDSL*. La particolare architettura della rete in rame e le sue caratteristiche la rendono, infatti, idonea ad essere utilizzata, attraverso le tecnologie *xDSL*, per la diffusione di contenuti televisivi. Nel caso di clienti residenziali il traffico è raccolto tramite anelli in fibra ottica (Gigabit Ethernet) che fanno capo a dei MiniPop a loro volta connessi ai PoP. Ogni MiniPoP serve tipicamente 36 anelli residenziali e per ogni anello residenziale ci sono tipicamente 10 *switch* condominiali.
132. La seguente figura fornisce una descrizione della architettura di accesso:

Figura 6 - Architettura Rete di Accesso

133. La piattaforma IPTV, a differenza di quella satellitare e digitale terrestre, è in grado di consentire agli utenti finali di fruire dei cosiddetti servizi di *video-on-demand* (VOD). Grazie a tali servizi, gli utenti possono richiedere contenuti televisivi specifici, svincolati da un palinsesto predeterminato e fruibili in qualsiasi momento essi desiderino. Inoltre, la rete IP, essendo caratterizzata da un "canale di ritorno" grazie al quale gli utenti possono trasmettere informazioni oltre che riceverle, offre agli utenti finali un maggiore grado di interattività rispetto al digitale terrestre, al punto che lo stesso telespettatore non si limita a svolgere un ruolo passivo, ma agisce di persona nella scelta, seppur limitata a una *library* predefinita, del programma che intende vedere.

134. L'evoluzione tecnologica per la IPTV è funzione dell'evoluzione delle tecnologie di accesso alla rete e della tecnologia utilizzata per il *backbone* (IP/MPLS). Le prime offerte IPTV erano basate su soluzioni ADSL (anche se Fastweb offriva anche accessi in fibra ottica), mentre attualmente la soluzione tecnologica utilizzata per l'accesso è l'ADSL2 e ADSL2+. Per quanto riguarda il futuro, le soluzioni da adottare comprendono la tecnologia VDSL e l'utilizzo di accessi diretti in fibra ottica. La copertura delle reti è localizzata principalmente nelle zone urbane e nelle aree a vasta densità di popolazione. In ogni caso, si riscontra che l'evoluzione è direttamente imputabile allo sviluppo della rete fissa in tecnologia IP sulla quale sono veicolati i servizi IPTV.

2.4. Soggetti attivi dal lato della domanda e dell'offerta

Servizi di diffusione radiotelevisiva su reti terrestri

135. Come già evidenziato, mentre i servizi di broadcasting analogico sono caratterizzati dall'autoproduzione degli operatori televisivi, la trasmissione in tecnica digitale, in quanto permette di diffondere su una stessa rete un numero maggiore di programmi, comporta una distinzione di ruoli e funzioni tra l'attività di trasmissione del segnale televisivo e l'offerta di contenuti televisivi. In tale contesto, il proprietario della rete digitale offre l'accesso al proprio multiplex ad una pluralità di soggetti (fornitori di contenuti e fornitori di servizi interattivi), sia sottoposti al medesimo controllo sia indipendenti.
136. Il passaggio alla tecnica digitale appare, dunque, idoneo a determinare un sostanziale mutamento nella struttura di mercato, introducendo una possibilità di accesso alle reti da parte dei fornitori di contenuti televisivi. Ciò vuol dire, in sostanza, che questi ultimi, se sprovvisti di una propria rete, non possono operare nelle trasmissioni in tecnica analogica, ma possono invece entrare nel mercato televisivo digitale per mezzo dell'accesso ai multiplex nella disponibilità degli operatori di rete.
137. Ciò premesso, la domanda di servizi diffusivi proviene quindi da due tipologie di soggetti:

a) i fornitori di contenuti appartenenti al medesimo gruppo dell'operatore di rete, che usufruiscono della capacità trasmissiva messa a disposizione sul multiplex digitale;
b) i fornitori di contenuti indipendenti, che negoziano il proprio accesso alla capacità trasmissiva con gli operatori di rete.

138. Per quanto riguarda gli operatori attivi dal lato dell'offerta di capacità trasmissiva, attualmente il numero di Mux a livello nazionale è pari a 8 con coperture comprese tra circa il 50 ed il 90 per cento, e con un numero complessivo di trasmettitori pari ad alcune migliaia. Le reti digitali terrestri sono utilizzate per veicolare programmi televisivi e servizi sia in chiaro sia a pagamento.
139. Per quanto riguarda la programmazione televisiva disponibile sulla televisione digitale terrestre, ad un'offerta iniziale solo *free*, si sono aggiunte diverse offerte a pagamento, per un totale complessivo di oltre 70 contenuti.

La seguente tabella riporta per ogni *mux* i programmi televisivi trasmessi in chiaro e a pagamento (senza contare i nuovi canali trasmessi solo nelle aree *all digital*).

Tabella 1 - Programmi televisivi e radiofonici trasmessi dai MUX con copertura nazionale

Multiplex Nazionali	Canali ricevibili anche in terrestre analogico	Nuovi canali	Radio	Pay per View
Dfree				Disney Channel (Premium) Joi (Premium) Mya (Premium) Steel (Premium) Joi + 1 (Premium) Premium Cinema Premium Emotion Premium Energy Studio Universal (Premium)
TIMB 1	LA7 MTV Italia	Dahlia Entertainment Fact K2 K2 Plus La5 La7D Mya+1 QVC Sport Italia 2 Sport Italia SportItalia24		
TIMB 2	LA7	ABChannel K2 Plus K2/Canali Locali		Dahlia Dahlia Sport Dahlia Sport 2 Dahlia Xtreme

	Dahlia Eros Dahlia Calcio 1 Dahlia Calcio 2 Dahlia Calcio 3 Dahlia Calcio 4 Dahlia Calcio 5 Dahlia Adult 1 Dahlia Adult 2 Dahlia Adult 3 Dahlia Explorer Dahlia Attivazione
MEDIASET 1	Premium menu Cartoon Network (Premium) Disney Channel +1 (Premium) Playhouse Disney (Premium) Hiro (Premium) Moto GP (Premium) Premium Extra Premium Calcio Premium Calcio 1 Premium Calcio 2 Premium Calcio 3 Premium Calcio 4 Premium Calcio 5 Premium Calcio 6 Premium Calcio HD Steel+1 (Premium)

MEDIASET 2	Canale 5 Rete 4 Italia 1	Boing Iris Boing + 1 Class News BBC World Coming Soon	
RAI- Mux A	RaiUno RaiDue RaiTre	Rai Quattro Rai News	Radio 1 Radio 2 Radio 3 FD Leggera
RAI – Mux B		Rai Storia Rai Gulp Rai Sport 1 Rai Sport 2 TV2000	
L'Espresso 1	Deejay TV	Cielo Repubblica TV France 24 Poker Italia 24 Mediashopping Rete 4 + 1	Capital Deejay M2o Radio Maria

Fonte: DGTVi

140. Esiste infine un'ampia offerta di contenuti da parte dell'emittenza locale che trasmette programmi televisivi in tecnica digitale per tutta la giornata e/o in parte della giornata ad orari prefissati.

Servizi di diffusione radiotelevisiva in tecnologia DVB-H

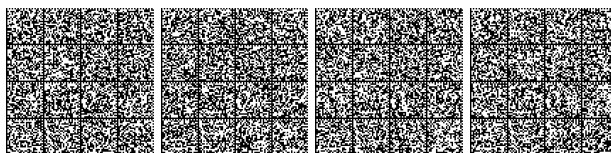
141. In Italia, le reti mobili con tecnologia DVB-H sono state implementate a partire dalla metà del 2006, e attualmente sono operativi 2 multiplex, rispettivamente di 3lettronica Industriale e Elettronica Industriale.
142. Dal lato della domanda, gli operatori di telefonia mobile acquistano capacità trasmissiva dagli operatori di rete, necessaria per la fornitura di contenuti via terminale mobile. Infatti, i gestori delle reti di telecomunicazioni mobili dispongono già di una base clienti, nonché di una rete cellulare utilizzabile per l'offerta di servizi a clienti in mobilità (l'operatore mobile fornisce infatti il canale di ritorno, attraverso il quale è

possibile fornire servizi interattivi e permettere l'autenticazione e la fatturazione del cliente).
143. Dal lato dell'offerta vi sono gli operatori che hanno predisposto una rete dedicata alla fornitura di contenuti audiovisivi in tecnica DVB-H. A livello nazionale, la capacità trasmissiva sul multiplex di 3lettronica Industriale è utilizzata dall'operatore H3G, facente parte del medesimo gruppo, mentre Elettronica Industriale, che ha acquisito nel 2006 la rete di Europa Tv per destinarla al DVB-H, ha stipulato accordi con TIM e Vodafone per la cessione di capacità trasmissiva su tale multiplex[38].

Servizi di diffusione radiotelevisiva su reti satellitari

144. Dal lato dell'offerta, il mercato della capacità satellitare in Europa è dominato da due operatori, Eutelsat ed Astra, che detengono congiuntamente una quota superiore al 90% del mercato. Eutelsat è nato come consorzio tra pubbliche amministrazioni nel settore delle telecomunicazioni di Paesi europei ed è stato poi trasformato in una società privata. Dalla posizione orbitale 13° Est sull'arco equatoriale, Eutelsat - per il servizio di diffusione televisiva via satellite - mette in campo una flotta di 5 satelliti denominati "*Hot Bird*™", che costituiscono un cosiddetto "polo di ricezione diretta". La flotta Hot Bird™ dell'operatore Eutelsat trasmette oltre 800 programmi televisivi ed oltre 400 programmi radiofonici.
145. La seconda piattaforma satellitare è la SES ("Società Europea di Satelliti"), con sede in Lussemburgo. La SES nasce nella metà degli anni '80 ed inizia ad operare concretamente negli anni '90 nel campo della diffusione diretta da satellite con il sistema satellitare Astra. Attualmente, la flotta Astra è composta da 7 satelliti posizionati a 19,2° Est sull'arco equatoriale. Per ambedue le piattaforme il posizionamento su più "slot" orbitali consente il riuso delle stesse frequenze per ciascuna posizione orbitale.
146. Dal lato della domanda, le piattaforme televisive satellitari acquistano capacità trasmissiva al fine di offrire contenuti televisivi sia a pagamento sia *free*.
147. Per quanto riguarda le offerte a pagamento, il maggiore operatore presente sul mercato italiano è SKY Italia. La sua offerta comprende oltre 180 canali tematici video e circa 40 canali audio raggruppati in diversi pacchetti sottoscrivibili con la formula dell'abbonamento periodico. La sottoscrizione dei diversi pacchetti offre agli utenti la possibilità di acquistare anche singoli eventi in *pay per view*.
148. Le recenti offerte *free* hanno registrato un ulteriore incremento negli ultimi mesi in seguito al lancio della nuova piattaforma satellitare Tivù Sat da parte della società Tivù S.r.l, società partecipata da Rai, Mediaset,Telecom Italia Media, Aeranti Corallo e FRT TV locali, costituita nel 2008.
149. Esiste infine un'offerta satellitare in chiaro che comprende numerosi programmi in lingua italiana diffusi tramite la flotta satellitare Eutelsat.

---

[38] Cfr. il provvedimento dell'Autorità garante della concorrenza e del mercato C/7493 *RTI/Europa TV*, in Bollettino n. 13/2006.

Servizi di diffusione radiotelevisiva via reti di telecomunicazioni fisse

150. In via preliminare, si evidenzia che la Commissione ha analizzato i mercati nei quali l'operatore incumbent rappresenta l'unica fonte di fornitura di un servizio a livello *wholesale*. In tali casi, l'operatore potrebbe destinare tali input all'autofornitura, rendendo difficile configurare un mercato a valle. In questa ipotesi, la Commissione ha ritenuto possibile configurare un c.d. "mercato nozionale", nel quale esiste comunque una domanda potenziale del servizio.
151. Al riguardo, la Commissione ha ritenuto che, nei casi in cui è possibile una sostituibilità dal lato della domanda, vale a dire quando i potenziali acquirenti del servizio a livello wholesale sarebbero interessati alla fornitura del medesimo servizio da operatori alternativi, può essere giustificabile prendere in considerazione l'autofornitura allo scopo di definire il mercato. Questo a meno che gli operatori alternativi incontrino vincoli di capacità, le reti manchino di una estensione necessaria alla fornitura dei servizi a valle, ossia vi siano difficoltà di accesso al mercato.
152. Ciò premesso, il mercato dei servizi di diffusione radiotelevisiva via reti di telecomunicazioni fisse vede, dal lato dell'offerta, operatori che hanno sviluppato una infrastruttura adatta alla fornitura di servizi di broadcasting su protocollo IP e, dal lato della domanda, operatori integrati o società di comunicazione sprovviste di tale infrastruttura e che vogliono offrire contenuti televisivi a clienti finali.
153. La prima offerta di IPTV in Italia è stata quella di Fastweb nel 2001, alla quale si sono aggiunte successivamente le offerte IPTV di Telecom Italia (2007) e di Wind-Infostrada (Tiscali ha recentemente abbandonato tale business). La capacità trasmissiva prodotta da questi operatori è in parte destinata ad auto fornitura e al trasporto di offerte predisposte dall'operatore stesso (o, come nel caso di Fastweb, da proprie controllate) e in parte destinata, attraverso la stipula di accordi, a trasportare offerte di aggregatori terzi[39].
154. La fornitura del servizio IPTV di Fastweb e Wind viene effettuata su strutture di rete in larga parte di proprietà degli operatori, tranne che per la parte relativa all'ultimo miglio, per la quale questi si avvalgono in larga parte degli elementi di rete e correlati servizi di accesso, *unbundling* o *bitstream*, di Telecom Italia, attualmente regolamentati dalla delibera n. 314/09/CONS, recante "Identificazione e analisi dei mercati dell'accesso alla rete fissa (mercati n. 1, 4 e 5 fra quelli individuati dalla Raccomandazione 2007/879/CE).

[39] Infatti, a differenza di quanto accade per le piattaforme digitale terrestre e satellitare, i provider di IPTV, fatta eccezione per i contenuti offerti in VOD, non dispongono di una propria programmazione di tipo premium. A tal fine, questi hanno infatti concluso accordi con gli operatori Sky Italia e Mediaset, grazie ai quali offrono ai rispettivi utenti la possibilità di sottoscrivere i pacchetti premium che tali operatori propongono sulle rispettive piattaforme (digitale terrestre e satellitare).

Servizi di diffusione radiofonica

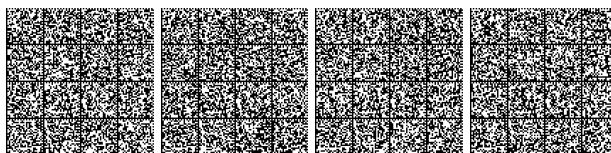
155. Come già evidenziato, nella radiofonia (diffusa in tecnica analogica) vi è una sostanziale integrazione verticale per quanto riguarda i fornitori di contenuti e gli operatori di rete. Pertanto, gli operatori di rete destinano la capacità trasmissiva disponibile sulle proprie reti alla diffusione di contenuti autoprodotti.

2.5. Definizione del mercato

2.5.1. Il mercato del prodotto/servizio

156. Il punto di partenza per giungere alla corretta individuazione del mercato rilevante dal punto di vista merceologico, in assenza di una definizione della Raccomandazione del 2007, è costituito dalla definizione adottata dall'Autorità nell'ambito della precedente analisi sulla base delle indicazioni che la Commissione ha fornito nell'allegato alla precedente Raccomandazione, ossia il mercato dei servizi di diffusione radiotelevisiva per la trasmissione di contenuti agli utenti finali.
157. In particolare, nella precedente analisi, l'Autorità ha individuato i seguenti mercati rilevanti:

a) Mercato nazionale dei servizi di diffusione televisiva su rete terrestre in tecnica analogica;
b) Mercato nazionale dei servizi di diffusione televisiva su rete terrestre in tecnica digitale;
c) Mercato nazionale dei servizi di diffusione radiofonica su rete terrestre;
d) Mercato nazionale dei servizi di diffusione radiotelevisiva via cavo;
e) Mercato nazionale dei servizi di diffusione radiotelevisiva via satellite;
f) Mercato locale dei servizi di diffusione televisiva su rete terrestre;
g) Mercato locale dei servizi di diffusione radiofonica su rete terrestre.

158. Partendo da tale definizione, l'Autorità verifica se nel periodo di tempo intercorso dall'analisi precedente siano intervenuti cambiamenti di carattere economico e/o tecnico tali da rendere la precedente definizione superata.
159. A tal fine, l'analisi di sostituibilità è volta ad identificare un insieme di prodotti (e di aree geografiche) che esercitano un vincolo competitivo l'uno sull'altro e che determinano significative interazioni tra le imprese coinvolte. La sostituibilità tra servizi deve essere non solo funzionale, ma anche economica, in termini di propensione della domanda a sostituire il prodotto con altri servizi sostituti a fronte di un ipotetico aumento del prezzo praticato dal fornitore. Dal lato della offerta deve essere valutato se, in seguito ad un incremento significativo e non transitorio dei prezzi del prodotto o servizio, i fornitori di beni simili siano in grado di modificare il loro processo produttivo in modo da fabbricare i prodotti in causa e immetterli sul mercato in breve tempo, senza dover sostenere significativi costi irrecuperabili o affrontare rischi.

160. Nel processo di analisi devono essere presi in considerazione una serie di fattori che influenzano la capacità di prodotti (o aree geografiche) di esercitare una pressione competitiva reciproca. In particolare, nel caso specifico si terrà conto del comportamento e della percezione dei servizi audiotelevisivi da parte degli utenti finali, degli aspetti tecnici delle diverse piattaforme trasmissive che influenzano la copertura e la capacità della rete trasmissiva, degli aspetti economici e di impatto sui ricavi, dell'acquisto di capacità trasmissiva sulle reti diffusive da parte del fornitore di contenuti e, infine, del contesto normativo di riferimento.
161. Al fine di individuare il mercato rilevante dal punto di vista merceologico, l'Autorità ritiene pertanto necessario valutare la sussistenza di eventuali relazioni di sostituibilità tra i seguenti servizi:

i) *Sostituibilità tra piattaforme: servizi diffusivi erogati sulle reti terrestri, satellite e via reti di telecomunicazioni fisse*

Servizi diffusivi sulle reti terrestri

ii) *Sostituibilità tra servizi diffusivi radiofonici e televisivi*

iii) *Sostituibilità tra servizi diffusivi in tecnica analogica e in tecnica digitale*

iv) *Sostituibilità tra servizi diffusivi in tecnica DVB-T e in tecnica DVB-H*

Servizi diffusivi sulle reti via reti di telecomunicazioni fisse

v) *Sostituibilità tra servizi diffusivi radiofonici e televisivi*

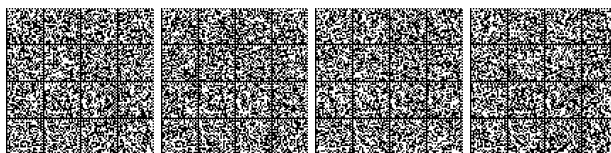
Servizi diffusivi sulla rete satellitare

vi) *Sostituibilità tra servizi diffusivi radiofonici e televisivi*

162. Pertanto, in primo luogo sarà verificata la sostituibilità fra le diverse piattaforme trasmissive. Successivamente, con riferimento a ogni piattaforma, saranno analizzate le relazioni di sostituibilità fra i servizi diffusi utilizzando i singoli mezzi trasmissivi.

i) Sostituibilità tra piattaforme: servizi diffusivi erogati sulle reti terrestri, satellitari e via reti di telecomunicazioni fisse

163. Sulla base dei parametri di valutazione suindicati, si ritiene di poter confermare l'analisi effettuata nell'ambito della delibera n. 544/07/CONS. Infatti, persiste tuttora una certa differenziazione, almeno a livello *wholesale*, fra le reti per la diffusione radiotelevisiva via etere, via satellite e via reti di telecomunicazioni fisse in termini di tecnologia, grado di copertura e penetrazione, nonché tipologia e modello di business che caratterizza la fornitura di contenuti agli utenti finali sulle diverse reti.
164. La rete terrestre presenta tuttora una diffusione e capillarità a livello nazionale non confrontabile con quella del satellite e delle reti di telecomunicazioni fisse, anche in considerazione della circostanza che queste ultime hanno avuto uno sviluppo successivo rispetto alla rete terrestre[40].

[40] Al riguardo, si specifica che la copertura geografica delle reti satellitari corrisponde al *footprint* del satellite utilizzato, mentre il collegamento via reti di telecomunicazioni fisse, che ha conosciuto rispetto

165. Per quanto riguarda il tasso di penetrazione delle diverse piattaforme trasmissive, i dati disponibili al 2010 mostrano un significativo incremento del consumo televisivo attraverso il digitale terrestre, che dal 3,7% degli spettatori italiani del 2008 è passato al 35,7%. Anche il consumo attraverso protocollo IP risulta aumentato, dallo 0,2% allo 0,3% del totale ascolto, ma sempre all'interno di quote residuali. La piattaforma satellitare nel suo complesso, sia gratuita che a pagamento, ha registrato invece un lieve decremento di mezzo punto percentuale dal 15,6% al 15,1%[41].

166. I servizi diffusivi erogati via reti di telecomunicazioni fisse rimangono quindi fortemente distanti, in termini di penetrazione, dalle piattaforme principali. Come è risultato nell'ambito del procedimento "Individuazione delle piattaforme emergenti ai fini della commercializzazione dei diritti audiovisivi sportivi, ai sensi dell'art. 14, del d.lgs. 9 gennaio 2008, n. 9 e dell'art. 10 del regolamento adottato con delibera n. 307/08/CONS", concluso con delibera n. 665/09/CONS, nonostante una apprezzabile crescita degli utenti IPTV tra il 2005 ed il 2008, così da arrivare a sfiorare i 500 mila utenti, a fine 2008 solo il 2 per cento di tutte le famiglie italiane che hanno accesso alla TV ha utilizzato la piattaforma IPTV. Per tale motivo, nel procedimento richiamato, l'IPTV è stata definita una piattaforma emergente. Tali valori, del resto, non hanno registrato, anche negli ultimi due anni, apprezzabili scostamenti, e risultano ben lontani da quelli registrati per la televisione digitale terrestre e satellitare, ossia le due piattaforme televisive di relativamente recente ingresso sul mercato[42].

167. Le reti per la diffusione via satellite e via reti di telecomunicazioni fisse sono utilizzate prevalentemente per l'offerta di servizi basati su un modello di *business* a pagamento, caratterizzato da palinsesti tematici e focalizzati su contenuti *premium*. Diversamente, nella televisione in chiaro via etere terrestre, il modello di *business* è orientato alla diffusione di un'offerta generalista *free*. Come noto, esiste tuttora una differenziazione nelle modalità di remunerazione tra piattaforme *free* (finanziate dalla raccolta pubblicitaria) e *pay* (finanziate prevalentemente dagli abbonamenti) che condizionano altresì le relazioni economiche fra gli operatori e gli utenti finali.

168. Sul punto, vale osservare che allo stato, a livello retail, non si è ancora assistito ad un superamento della distinzione fra televisione in chiaro e a pagamento, anche in considerazione delle dotazioni tecnologiche ulteriori (ad es. la necessità di dotarsi di un decoder) che richiede la fruizione dei contenuti via reti di telecomunicazioni fisse o via satellite, inclusi i maggiori oneri economici[43].

---

alla precedente analisi un certo sviluppo (ad es. la copertura della rete di Fastweb, il primo operatore in Italia a lanciare un servizio di IPTV, è stata estesa ad un maggiore numero di città), comprende la maggior parte dei capoluoghi italiani, gli *hinterland* e le aree ad elevata densità di popolazione, con coperture tra circa il 30 ed il 60 per cento.

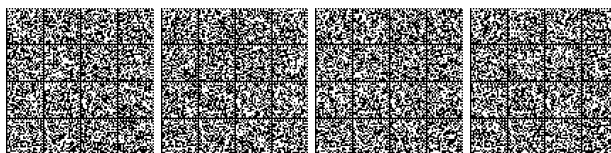
[41] DGTVi,Quarto Rapporto sulla Televisione Digitale Terrestre in Europa.

[42] Nell'ambito del procedimento succitato sono stati utilizzati i dati di DGTVi,Terzo Rapporto sulla Televisione Digitale Terrestre in Europa.

[43] Anche l'Autorità di concorrenza nazionale, nonché la Commissione europea, continuano a sottolineare le distinte peculiarità della televisione in chiaro rispetto a quella a pagamento. Si vedano in proposito il caso A/362, *Diritti calcistici*, in Bollettino 26/2006 e l'*Explanatory note* della Commissione, cit., pag. 47.

169. Infatti, dal punto di vista dell'utente finale, per la ricezione del servizio terrestre è sufficiente il possesso di un apparecchio televisivo, di un'antenna ed eventualmente di un ricevitore per ricevere il segnale digitale, mentre per la fruizione del servizio attraverso la rete satellitare o quella via reti di telecomunicazioni fisse è necessario avere, oltre il ricevitore, degli apparati supplementari come l'antenna parabolica o la cablatura dell'unità abitativa. La necessità di acquistare queste attrezzature, accanto alla sottoscrizione di un abbonamento, rende tali servizi non perfettamente sostituibili sia sotto il profilo tecnico sia economico.
170. A questo si deve aggiungere che l'utilizzo di differenti tecnologie da parte delle diverse piattaforme trasmissive condiziona non solo le caratteristiche architettoniche della rete, che influiscono sul livello di copertura del segnale, e la conseguente possibilità di fruizione del servizio da parte degli utenti finali, ma anche l'articolazione delle offerte commerciali. In altri termini si osserva che, mentre le televisioni satellitare e terrestre offrono servizi radiotelevisivi "puri" caratterizzati da una vasta gamma di canali offerti sulla base dei pacchetti, la televisione via reti di telecomunicazioni fisse consente di fornire una gamma di servizi di comunicazione più ampia che comprende la trasmissione di dati ad alta velocità e la telefonia vocale.
171. Dal lato della domanda, si osserva, a livello *wholesale*, che i fornitori di contenuti radiotelevisivi non trovano perfettamente sostituibili fra loro le diverse piattaforme trasmissive, riconoscendole più come complementari allo sfruttamento del prodotto. Al riguardo, si ricorda infatti che, laddove, come nel modello economico connesso alla televisione in chiaro, la fonte maggiore di remunerazione dipende dalla vendita di spazi pubblicitari, l'interesse dei fornitori di contenuti è di distribuire i propri prodotti sulla rete che consente di raggiungere un bacino d'utenza ampio e, di conseguenza, incrementare le prospettive di guadagno[44]. Allo stesso modo, come rilevato dalla Commissione europea, anche i fornitori di contenuti a pagamento sono interessati a diffondere i medesimi sul maggior numero possibile di mezzi trasmissivi, allo scopo di massimizzare il numero di potenziali sottoscrittori[45].
172. In tale contesto, questi soggetti, a fronte di un aumento di prezzo da parte dell'ipotetico monopolista sulla rete terrestre, attualmente caratterizzata da una penetrazione più ampia, difficilmente riterranno opportuno il passaggio ad un'altra rete trasmissiva che non assicura gli stessi standard di penetrazione a livello territoriale.

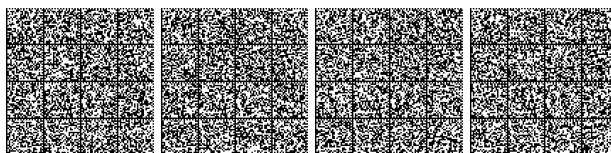
---

[44] Da questo punto di vista, il mercato della televisione è tradizionalmente caratterizzato da un struttura a due versanti (c.d. *two sided market*) ove in un versante (c.d. "versante del consumo dei contenuti televisivi"), le imprese televisive contattano i consumatori offrendo contenuti televisivi, sull'altro versante (c.d. "versante della compravendita di inserzioni televisive"), misurata la quantità (c.d. contatti) e la tipologia (c.d. target) di consumatori raggiunti, le imprese televisive, direttamente o attraverso concessionarie, vendono spazi pubblicitari agli inserzionisti, che mirano a promuovere i propri beni e servizi presso i consumatori utilizzando i contatti raggiunti dalle emittenti.
[45] "*Similarly to free-to-air broadcasters, pay broadcasters are also interested in accessing as many trasmission platforms as possible, as that maximises the number of potential subscribers*". Cfr. Explanatory note, cit., pag. 47.

173. Per le medesime ragioni, un fornitore di contenuti a pagamento che utilizza la rete trasmissiva satellitare non è disposto a spostarsi sulla rete di telecomunicazione fissa a fronte di un aumento dei costi sostenuti sulla rete satellitare, perché questo comporterebbe una riduzione significativa della propria audience.
174. Sul punto, appare emblematica la recente esperienza di TivùSat, la piattaforma digitale satellitare gratuita realizzata da Tivù S.r.l.. Nelle intenzioni dichiarate dalla società, vi è infatti il fine di costituire una piattaforma complementare, e non sostitutiva, a quella del digitale terrestre, in grado di raggiungere le aree del territorio attualmente non coperte dalle reti terrestri in tecnica digitale.
175. Dal lato dell'offerta, si osserva che gli operatori di rete sostengono investimenti specifici di elevata entità a seconda della piattaforma trasmissiva che intendono realizzare. Si tratta, inoltre, di reti di elevata complessità a livello di programmazione e progettazione tecnica, che comportano lunghi adempimenti amministrativi. Queste caratteristiche tecniche ed economiche limitano profondamente la possibilità da parte di un fornitore di servizi radiotelevisivi che utilizza una determinata piattaforma trasmissiva, a fronte di un incremento di prezzo su un'altra rete, di riconvertire rapidamente la propria produzione così da fornire servizi analoghi in tempi ragionevoli.
176. Le osservazioni svolte sono coerenti con l'analisi effettuata dalle altre Autorità di regolamentazione europee che, nella maggior parte dei casi, hanno concluso per l'assenza di sostituibilità, a livello *wholesale*, fra le diverse piattaforme trasmissive[46]. Inoltre, come osservato nell'ambito della delibera n. 544/07/CONS, la Commissione ha contestato la posizione, espressa nel primo ciclo di analisi del mercato, di quei paesi (in particolare l'Irlanda), che avevano incluso in un unico mercato le diverse piattaforme (cfr. § 177 della delibera succitata).

Conclusioni

177. Tenuto conto che, rispetto alla precedente analisi di mercato, continuano a persistere differenze in termini di tecnologie, grado di copertura e caratteristiche dei servizi erogati attraverso le reti diffusive terrestri, satellitari e via reti di telecomunicazioni fisse, l'Autorità conferma il proprio orientamento circa la separazione sotto il profilo merceologico dei servizi diffusivi sulle diverse piattaforme trasmissive.

D1. Si condivide l'orientamento dell'Autorità di identificare mercati distinti per i servizi diffusivi offerti su rete terrestre, via reti di telecomunicazioni fisse e satellite?

[46] Cfr. Ad esempio Case DK/2007/0618: *Broadcasting Transmission Services in Denmark*, Brussels, 30/04/2007; case HU/2007/0734: *Broadcasting transmission services to deliver broadcast content to end users in Hungary*, Brussels 20/12/2007; case CZ/2006/0453, *Broadcasting transmission services, to deliver broadcast content to end users in the Czech Republic,* Brussels, 11/8/2006; la separazione dei mercati è stata confermata nella decisione assunta dalla medesima Autorità il 26 maggio 2009.

OSSERVAZIONI DEGLI OPERATORI

D1.1 **MEDIASET**, **TELECOM ITALIA**, **TELECOM ITALIA MEDIA** e **WIND** hanno condiviso le considerazioni che hanno indotto l'Autorità, nell'attuale contesto di riferimento, a mantenere distinti sotto il profilo merceologico i mercati dei servizi diffusivi sulle diverse piattaforme, in ragione delle differenze esistenti fra gli stessi in termini di copertura, penetrazione e caratteristiche.

D1.2 Mediaset e Telecom Italia hanno ritenuto, inoltre, verosimile, che nel breve e medio periodo dette differenze siano destinate a scomparire stante il processo di convergenza fra reti, servizi e piattaforme attualmente in atto e gli sviluppi tecnologici attesi, atti a rendere equivalenti in termini di qualità e copertura le diverse piattaforme diffusive, nonché ad accrescere l'omogeneità dei servizi offerti sulle stesse. Al riguardo, Telecom Italia ha invitato l'Autorità a tenere conto, in eventuali future analisi di mercato, dei fattori idonei ad influenzare la pressione competitiva fra i diversi prodotti ed infrastrutture. Wind ha invece sottolineato la presenza di forti ostacoli allo sviluppo di un livello di concorrenza adeguato tra le diverse piattaforme diffusive, anche per gli scarsi margini di crescita dell'IPTV.

VALUTAZIONI DELL'AUTORITÀ

D1.3 L'Autorità conferma il proprio orientamento di identificare mercati distinti per i servizi diffusivi offerti su rete terrestre, via reti di telecomunicazioni fisse e satellite. Nell'esercizio delle proprie competenze, l'Autorità valuterà, in futuro, la sussistenza di mutate condizioni economiche e di mercato tali da condurre ad una eventuale differente conclusione circa la sostituibilità fra i servizi diffusivi offerti sulle diverse piattaforme trasmissive.

Servizi diffusivi sulle reti terrestri

ii) Sostituibilità tra servizi diffusivi radiofonici e televisivi

178. Come evidenziato nella prima analisi del mercato in esame, i servizi diffusivi radiofonici e televisivi presentano sostanziali differenze, in termini di contenuti e di modalità di fruizione, che condizionano negativamente la possibilità, da parte dei fornitori di contenuti, nonché dell'utente finale, di considerarli come prodotti sostituti.
179. Dal lato della domanda, i fornitori di contenuti che domandano servizi diffusivi non ritengono sostituibili le reti radiofoniche con quelle televisive anche a fronte di un aumento di prezzo significativo e non transitorio relativo alla prima infrastruttura. Più precisamente, anche se i contenuti radiofonici possono essere fruiti anche via satellite o

digitale terrestre, tale fruizione è residuale e irrilevante, in quanto le piattaforme citate sono tipicamente televisive.
180. Dal lato dell'offerta, le specificità tecniche delle due infrastrutture diffusive non rendono agevole e profittevole per un operatore di rete che offre servizi di trasmissione televisiva spostarsi sul segmento di diffusione radiofonica e viceversa. Si osserva infatti che le reti televisive e quelle radiofoniche non utilizzano le medesime frequenze e si avvalgono di impianti, in modo particolare per quanto riguarda i trasmettitori e le antenne, con caratteristiche tecniche specifiche.
181. Peraltro, tutti i precedenti antitrust comunitari e nazionali vanno in questa direzione, così come i pareri resi da questa Autorità nell'esercizio delle proprie competenze.

Conclusioni

In conclusione, si ritiene di confermare l'assenza di sostituibilità fra servizi diffusivi radiofonici e servizi diffusivi televisivi, che costituiscono pertanto due ambiti merceologici separati.

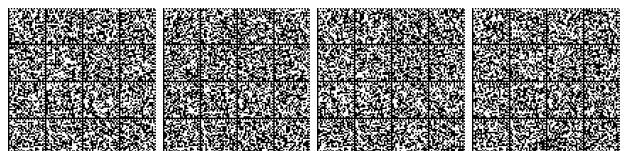
D2. Si condivide l'orientamento dell'Autorità di identificare mercati distinti per i servizi di trasmissione terrestre radiofonica e televisiva?

OSSERVAZIONI DEGLI OPERATORI

D2.1 **TELECOM ITALIA MEDIA, TELECOM ITALIA** e **WIND** hanno concordato con l'orientamento espresso dall'Autorità di distinguere i servizi di trasmissione terrestre radiofonici e televisivi in ragione delle differenze fra i contenuti veicolati e delle modalità di fruizione, nonché dell'assenza di sostituibilità fra i due prodotti, sia dal lato della domanda, sia dal lato della offerta.

D2.2 Wind ha inoltre ritenuto opportuno che l'Autorità verifichi periodicamente la sostituibilità di tali servizi, tenuto conto dei processi di convergenza che prevedibilmente si svilupperanno fra televisione e radio, sia sul piano dei contenuti offerti, sia sotto il profilo tecnologico.

VALUTAZIONI DELL'AUTORITÀ

D2.3 L'Autorità conferma il proprio orientamento di identificare mercati distinti per i servizi di trasmissione terrestre radiofonica e televisiva. L'analisi condotta ha mostrato infatti l'assenza di sostituibilità fra i due differenti tipi di trasmissione, soprattutto in considerazione delle specificità tecniche delle due infrastrutture diffusive.

iii) Sostituibilità tra servizi diffusivi televisivi in tecnica analogica e in tecnica digitale

182. Il sistema di trasmissione basato sul segnale analogico è in fase di avanzata sostituzione con la diffusione in tecnologia digitale e destinato a concludersi completamente, come già rilevato, nel secondo semestre del 2012.
183. Nella scorsa analisi, sono state evidenziate le differenze sussistenti fra le due tecnologie trasmissive sia dal lato della domanda, sia dal lato dell'offerta, concludendo nel senso di ritenere non sostituibili le due piattaforme.
184. Allo stesso tempo, è stato rilevato che, dal lato dell'offerta, in Italia non è prevista alcuna ripartizione nell'allocazione delle bande di frequenza tra l'offerta del servizio in tecnica analogica o digitale. Ciò determina un "uso promiscuo" della banda frequenziale, che rende possibile utilizzare per la trasmissione digitale gli stessi impianti predisposti per la trasmissione analogica, effettuando opportuni investimenti in funzione della struttura della rete.
185. Dal lato della domanda, la distinzione fra tecnologia analogica e digitale conserva la propria validità sotto il profilo del differente utilizzo tecnologico associato alle due diverse modalità di trasmissione e dal punto di vista delle conseguenze operative e regolamentari che vi sono connesse.
186. Tuttavia, mano a mano che progredisce la migrazione delle frequenze dall'analogico al digitale, la distinzione fra i due mercati (analogico terrestre e digitale terrestre) tende a essere sempre meno corrispondente alla realtà.
187. Nella tabella seguente è riportato il calendario analitico dello *switch-off* tra analogico e digitale.

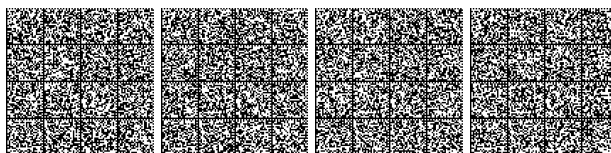



Tabella 2 - Calendario dello *switch-off* dalla tecnica analogica

Anno		AREA
2008	II sem	Area 16 Sardegna
2009	I sem	Area 2 Valle d'Aosta
	II sem	Area 1 Piemonte occidentale (Torino e Cuneo) Area 4 Trentino e Alto Adige inclusa la provincia di Belluno Area 12 Lazio esclusa la provincia di Viterbo Area 13 Campania
2010	I sem	Area 3 Piemonte Orientale e Lombardia esclusa la provincia di Mantova e incluse le province di Parma e Piacenza
	II sem	Area 5 Emilia Romagna escluse le province di Parma e Piacenza Area 6 Veneto e province di Mantova e Pordenone Area 7 Friuli Venezia Giulia esclusa la provincia di Pordenone Area 8 Liguria esclusa la provincia di La Spezia
2011	I sem	Area 10 Marche Area 11 Abruzzo, Molise, provincia di Foggia Area 14 Basilicata, Puglia, province di Cosenza e Crotone
2012	I sem	Area 9 Toscana, Umbria, province di La Spezia e Viterbo
	II sem	Area 15 Sicilia e Calabria

188. Come emerge dalla tabella, attualmente il processo di migrazione ha interessato 6 regioni italiane. Come precedentemente evidenziato, i cittadini coinvolti nel processo di

digitalizzazione sono stati circa 14 milioni nel 2009 e, nel 2010, la stima totale della popolazione coinvolta è di circa 37 milioni, pari ad oltre il 60 per cento della popolazione italiana[47].

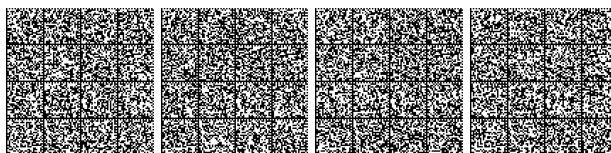
189. Nel mese di aprile 2010 la stima delle vendite complessive di ricevitori DTT ha raggiunto circa 33 milioni[48] di cui circa il 58 per cento sono decoder digitali terrestri e circa il 42 per cento sono decoder digitali terrestri integrati in altri apparecchi. La diffusione tra le famiglie italiane della piattaforma digitale terrestre è cresciuta a ritmi abbastanza sostenuti. A partire dal 2003, anno in cui i broadcaster hanno iniziato a sperimentare le prime trasmissioni in tecnica digitale terrestre, il numero di famiglie al cui interno era presente almeno un decoder DTT è cresciuto sensibilmente passando da circa 200.000 a 7,6 milioni di famiglie a fine 2008 (in media a un tasso di crescita annuo superiore al 100 per cento). Le stime più recenti (aprile 2010) attestano che il numero delle famiglie in possesso di almeno un ricevitore digitale terrestre è salito a circa 16,8 milioni, circa 350 mila in più rispetto al mese precedente, e che il numero complessivo di ricevitori presenti nelle abitazioni principali si attesta su circa 27,4 milioni[49].

190. In termini di audience share, l'utilizzo della televisione digitale terrestre risulta triplicato in un anno: nel mese di agosto 2009 il 16% della popolazione ha sintonizzato i propri televisori attraverso un decoder digitale, con un incremento dell'88% rispetto al mese di gennaio. A maggio 2010, tale quota ha raggiunto il 39,7%, a fronte del 44,8% dell'analogico. Sempre secondo recenti stime, il digitale terrestre presenta performance di crescita costante e pari ad un punto di share al mese in media. L'incremento medio nell'uso del decoder digitale terrestre risulta peraltro più che proporzionale alla crescita delle popolazioni nelle regioni di *switch-off*[50].

191. Ciò premesso, nell'ambito di riferimento, nel quale la transizione fra le due modalità trasmissive fa parte di un processo fisiologico, previsto a livello normativo, molte variabili sulle quali si basa l'analisi di sostituibilità non risultano applicabili (ad es. la reazione ad un incremento del prezzo del servizio), dato che comunque gli utenti che vorranno fruire del servizio dovranno necessariamente dotarsi di un decoder e sostenere il relativo costo. Tale considerazione vale anche dal lato dell'offerta posto che, a prescindere dal costo più o meno elevato di riconversione della rete, gli operatori già hanno dovuto e/o dovranno, nell'orizzonte temporale della presente analisi, procedere in tal senso.

192. Sul punto, va infatti rimarcato che il perimetro di mercato rimarrà invariato, in quanto i medesimi soggetti attivi nel mercato analogico saranno presenti nel mercato digitale, ulteriormente aperto anche a nuovi entranti oltre che ai fornitori di contenuti indipendenti.

---

[47] Stime DGTVi.
[48] Fonte DGTVi.
[49] Fonte DGTVi.
[50] Fonte DGTVi.

193. In tale contesto, oggetto di valutazione è la circostanza oggettiva che, di fatto, in molte regioni italiane il sistema analogico non esiste più e sarà a breve completamente sostituito dalla trasmissione digitale anche nelle rimanenti regioni.
194. Pertanto, tenuto conto della circostanza che, con il processo di switch-off in corso, il mercato della trasmissione in analogico confluisce in quello digitale, si ritiene che, dal punto di vista merceologico, i servizi diffusivi in tecnica analogica e digitale non possano che configurare un unico ambito di riferimento.
195. Tale conclusione è peraltro coerente con l'orientamento assunto dall'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato, che ha esaminato le operazioni di concentrazione avvenute nell'ambito televisivo individuando un solo mercato della capacità trasmissiva complessiva, nel quale gli operatori acquistano impianti e frequenze ai fini della definitiva migrazione dall'analogico al digitale[51].
196. Infine, anche alcune Autorità di regolamentazione europee hanno superato la distinzione fra mercato analogico e digitale, proprio in virtù del processo di transizione in atto[52].

Conclusioni

197. In conclusione, si ritiene che l'analisi circa la sostituibilità fra servizi diffusivi terrestri in tecnica analogica e digitale sia superata dall'attuale contesto di mercato, che vede la prossima completa sostituzione fra le due tecniche trasmissive.

D3. Si condivide l'orientamento dell'Autorità di identificare un unico mercato dei servizi di diffusione televisiva su reti terrestri?

OSSERVAZIONI DEGLI OPERATORI

D3.1 **MEDIASET**, **TELECOM ITALIA, TELECOM ITALIA MEDIA** e **WIND** hanno condiviso l'orientamento dell'Autorità di identificare un unico mercato dei servizi di diffusione televisiva su reti terrestri, in quanto il passaggio dall'analogico al digitale, determinato da un processo di transizione programmato a livello normativo, rende inapplicabile ossia superata l'analisi di sostituibilità, sia dal lato della domanda, sia da quello dell'offerta.

D3.2 Mediaset ha inoltre evidenziato la difficoltà, in assenza di scambi anche soltanto potenziali, di identificare un mercato dei servizi diffusivi in tecnica analogica.

---

[51] Cfr. caso C/7493, cit.. In proposito, è da notare che la decisione è stata assunta due anni prima della data a quel tempo prevista per il completamento dello *switch-off* (2008).
[52] Cfr. Case FR/2006/0335, nel quale l'Autorità francese ha richiamato la neutralità tecnologica tra i due servizi trasmissivi; case BE/2007/0578.

VALUTAZIONI DELL'AUTORITÀ

D3.3 L'Autorità conferma il proprio orientamento di identificare un unico mercato dei servizi di diffusione televisiva su reti terrestri.

D3.4 L'Autorità non condivide invece l'osservazione di Mediaset in quanto, come già evidenziato nella precedente analisi di mercato, sebbene il segmento dei servizi di diffusione in tecnica analogica sia stato quasi completamente caratterizzato da auto-produzione, ciò non ha escluso l'individuazione, nella delibera 544/07/CONS, di un mercato a sé stante. Tale posizione è suffragata dall'esperienza nazionale e comunitaria in materia di regolamentazione di servizi *wholesale*, che ha mostrato come l'auto-produzione sia generalmente inclusa nel mercato dei servizi intermedi di volta in volta considerato, proprio in ragione della rilevanza che essa assume in contesti, come il presente, di integrazione verticale degli operatori. Se ciò è valso in passato per il segmento analogico preso in se stesso, a maggior ragione tale conclusione deve essere reiterata nell'ambito del più ampio mercato dei servizi diffusivi, analogici e digitali, su reti terrestri.

iv) Sostituibilità tra servizi diffusivi in tecnica DVB-T e in tecnica DVB-H

198. Come precedentemente evidenziato, sussistono delle analogie fra le due modalità di diffusione dal punto di vista tecnologico. Infatti, lo standard DVB-H è derivato dal DVB-T e usa lo stesso livello fisico di trasporto del DVB-T. Entrambi condividono lo stesso (de)modulatore del trasmettitore e del ricevitore del segnale.
199. Tuttavia, dovendo garantire la ricezione in mobilità e da terminali posizionati anche indoor, la trasmissione in DVB-H deve soddisfare dei requisiti tecnici aggiuntivi rispetto alla trasmissione in DVB-T, al fine di supportare i dispositivi mobili e la ricezione in movimento.
200. Le bande di frequenza utilizzabili per il DVB-H sono le stesse previste per il DTT, anche se le frequenze più adatte per la trasmissione in DVB-H sono considerate prevalentemente quelle comprese nella banda IV UHF e in parte della V UHF, tra 470 MHZ e 650 MHZ.
201. L'analisi tecnica ha mostrato altresì che, sebbene sia teoricamente possibile realizzare la condivisione dello stesso multiplex tra la trasmissione in standard DVB-T e DVB-H, ciò implicherebbe significative inefficienze, che si tradurrebbero in una riduzione del numero di canali trasmessi e in una più facile attenuazione del segnale, con la conseguente necessità di disporre di più siti. Inoltre, l'applicazione della modalità gerarchica richiederebbe un aggiornamento dei decoder in possesso degli utenti DVB-H.
202. Anche per quanto riguarda l'architettura di rete per la trasmissione dello standard DVB-H, l'utilizzo dei siti tipici dei broadcaster, collocati in posizione elevata, non è sufficiente per assicurare una adeguata copertura indoor, specialmente in ambienti urbani. Pertanto, in aggiunta al primo livello di rete, realizzato a monte con trasmettitori

di alta potenza, posti nei siti dei broadcaster, e tecnicamente equivalente ad una rete DVB-T, è necessario, in particolare nei centri urbani, un secondo livello di rete atto ad integrare la copertura, specialmente in ambienti indoor, costituito dai c.d. gap-filler.
203. Inoltre, va rilevato che per la fornitura di servizi interattivi in tecnologia DVB-H, quali ad esempio la personalizzazione dell'uso dei programmi fruiti, è necessaria la realizzazione del canale di ritorno, fornito dalle reti mobili GSM/UMTS.
204. Per queste considerazioni, una rete DVB-H presenta, come già esposto, un carattere "ibrido" tra una rete broadcaster e una rete di telefonia mobile e non è quindi assimilabile perfettamente a nessuno dei due tipi di infrastrutture.
205. Quanto rilevato conduce, quindi, a ritenere che, nella prospettiva degli operatori di rete, i due standard non siano sostituibili, posto che il passaggio dall'uno all'altro comporterebbe necessariamente dei costi di riconversione della rete.
206. Peraltro, anche l'Autorità, con delibera n. 266/06/CONS, ha inteso disciplinare autonomamente la fase di avvio delle trasmissioni digitali terrestri verso terminali mobili.
207. Da ultimo, la delibera 181/09/CONS ha previsto una destinazione specifica di quattro reti nazionali ai servizi DVB-H, confermata nel Piano nazionale di assegnazione delle frequenze di cui alla delibera n. 300/10/CONS.
208. Dal lato della domanda, gli operatori mobili necessitano di capacità trasmissiva su multiplex dedicati al fine di proporre un'offerta di contenuti alla propria clientela.
209. Diversamente, nel digitale terrestre fisso sono gli stessi fornitori di contenuti che richiedono capacità trasmissiva destinata a veicolare i propri prodotti, sulla base di considerazioni di business che attengono all'estensione della rete e ai bacini di audience raggiungibili.
210. Peraltro, le stesse caratteristiche tecniche del DVB-H, che implica una fruizione del prodotto televisivo in mobilità, determinano un "impacchettamento" del contenuto in funzione delle suindicate caratteristiche di utilizzo del prodotto.

Conclusioni

211. In considerazione delle differente tecniche rilevate, nonché delle distinte modalità di fruizione associata ai diversi standard trasmissivi, si ritiene che i servizi diffusivi in tecnica DVB-T e in tecnica DVB-H non siano sostituibili e configurino due mercati del prodotto distinti.

D4. Si condivide l'orientamento dell'Autorità di identificare mercati distinti per i servizi diffusivi in tecnica DVB-T e in tecnica DVB-H?

OSSERVAZIONI DEGLI OPERATORI

D4.1 **MEDIASET, TELECOM ITALIA** e **TELECOM ITALIA MEDIA** hanno ritenuto condivisibile l'assenza di sostituibilità, dal lato della domanda, fra le reti terrestri in tecnica DVB-T e DVB-H in ragione del diverso utilizzo, in termini di servizi

offerti, delle due modalità di trasmissione. Detti operatori reputano, invece, che, dal lato dell'offerta, vi sia un'elevata sostituibilità fra servizi diffusivi in tecnica DVB-T e in tecnica DVB-H. Al riguardo, mentre Telecom Italia e Telecom Italia Media hanno ritenuto che, mentre la conversione delle reti DVB-T in DVB-H potrebbe richiedere investimenti aggiuntivi notevoli, non sarebbe vero il contrario, Mediaset ha osservato che la conversione tra una rete DVB-T e una DVB-H, e viceversa, non comporterebbe comunque costi proibitivi.

D4.2 **WIND** ha ritenuto condivisibili le argomentazioni dell'Autorità circa le differenze, dal lato dell'offerta, di servizi diffusivi fra le reti DVB-H e DVB-T mentre, dal lato della domanda, ha sottolineato che i contenuti televisivi diffusi attraverso tali infrastrutture sono gli stessi, auspicando per la rete DVB-H l'introduzione di una regolazione idonea ad agevolare l'accesso ai contenuti televisivi.

VALUTAZIONI DELL'AUTORITÀ

D4.3 Con riferimento all'osservazione di Wind sulle caratteristiche della domanda, l'Autorità ribadisce che, nel mercato dei servizi diffusivi in tecnica DVB-H, la domanda di capacità trasmissiva proviene dagli operatori di telecomunicazioni mobili al fine di proporre un'offerta di contenuti alla propria clientela. Tale constatazione di per sé dimostra la diversa struttura della domanda dei due servizi televisivi, peraltro resa evidente anche dal diverso utilizzo di detti servizi a livello *retail*.

D4.4 Quanto alla possibile sostituibilità fra i predetti servizi in tecnica DVB-T e DVB-H dal lato dell'offerta, in ragione dei minori costi di riconversione da una rete DVB-H ad una rete DVB-T, l'Autorità ribadisce la possibilità di conversione reciproca fra le due reti, ma ritiene che questa comporterebbe in entrambi i casi significativi investimenti, ovviamente maggiori nel caso della conversione da una rete DVB-T ad una rete DVB-H, ma comunque richiesti anche nel caso contrario. In tal senso, nel novero dei costi dovrebbero essere considerate anche le perdite relative agli investimenti sostenuti per i *gap-filler* necessari alla predisposizione dell'originaria rete DVB-H.

D4.5 In conclusione, l'Autorità conferma il proprio orientamento di identificare mercati distinti per i servizi diffusivi in tecnica DVB-T e in tecnica DVB-H, in ragione del basso grado di sostituibilità fra i servizi diffusivi offerti sulle due piattaforme.

Servizi diffusivi sulle reti via reti di telecomunicazioni fisse

vi) Sostituibilità tra servizi diffusivi televisivi e radiofonici

212. Sulla base delle osservazioni svolte nell'ambito del primo ciclo di analisi del mercato in esame, si conferma che il mercato dei servizi diffusivi offerti via reti di telecomunicazioni fisse comprende sia i servizi televisivi sia quelli radiofonici, in considerazione del fatto che l'infrastruttura diffusiva può essere utilizzata

indistintamente per fornire contenuti radiofonici e televisivi attraverso gli stessi standard di trasmissione e gli stessi elementi di rete.

Conclusioni

Si conferma, pertanto, l'orientamento di considerare un unico mercato dei servizi diffusivi radiotelevisivi via reti di telecomunicazioni fisse.

D5. Si condivide l'orientamento dell'Autorità di identificare un unico mercato dei servizi diffusivi radiotelevisivi via reti di telecomunicazioni fisse?

OSSERVAZIONI DEGLI OPERATORI

D5.1 **TELECOM ITALIA** ha concordato con quanto affermato dall'Autorità riguardo alla possibilità di utilizzare tale infrastruttura per veicolare sia contenuti radiofonici, sia contenuti televisivi, utilizzando gli stessi standard di trasmissione ed elementi di rete.

D5.2 **WIND** ha evidenziato che, dal lato della domanda, sussisterebbero delle differenze fra i due servizi in termini di contenuti e di impegno della rete trasmissiva ritenendo, tuttavia, che tale aspetto non sia di particolare rilievo in questa fase di sviluppo del mercato.

VALUTAZIONI DELL'AUTORITÀ

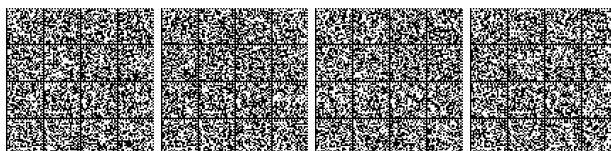
D5.3 Come evidenziato nell'analisi, le reti di telecomunicazioni fisse consentono la diffusione di servizi televisivi e radiofonici, impiegando il medesimo standard di trasmissione, nonché i medesimi elementi di rete.

D5.4 L'offerta radiofonica sulla piattaforma in questione rappresenta inoltre un servizio complementare rispetto all'offerta televisiva. Peraltro, a differenza di quanto avviene per i servizi radiofonici diffusi via etere, i programmi radiofonici via reti di telecomunicazioni fisse sono diffusi mediante lo stesso *device* utilizzato per la fruizione televisiva e sono quindi privi del carattere della mobilità che rappresenta il segno distintivo della ricezione radiofonica terrestre.

D5.5 Pertanto, l'Autorità conferma che l'esistenza di un'unica infrastruttura rende non applicabile l'analisi di sostituibilità, sia dal lato della domanda sia dell'offerta.

Servizi diffusivi sulle reti satellitari

vii) Sostituibilità tra servizi diffusivi radiofonici e televisivi

213. Come nella precedente analisi, non vengono formulate distinzioni fra servizi televisivi e servizi radiofonici su rete satellitare perché tale piattaforma trasmissiva

permette la diffusione di entrambi i servizi impiegando il medesimo standard diffusivo e i medesimi elementi di rete. Anche da un punto di vista dell'utente finale, i programmi radiofonici trasmessi sulla rete satellitare non comportano il sostenimento di spese aggiuntive perché possono essere ricevuti utilizzando gli stessi apparati di ricezione (*set-top-box*) utilizzati per ricevere i contenuti televisivi via satellite.

214. Inoltre, il fatto che la piattaforma satellitare sia utilizzata solo in via residuale per la fruizione del segnale radiofonico rende tale distinzione sostanzialmente irrilevante.

D6. Si condivide l'orientamento dell'Autorità di ritenere che i servizi diffusivi radiofonici e televisivi, offerti sulle reti via satellite costituiscono un unico mercato?

OSSERVAZIONI DEGLI OPERATORI

D6.1 **TELECOM ITALIA** ha condiviso la posizione dell'Autorità in quanto i servizi diffusivi radiofonici e televisivi offerti sulle reti via satellite possano essere erogati attraverso l'impiego dei medesimi elementi di rete e delle medesime frequenze, mentre **WIND** ha formulato le stesse considerazioni del punto precedente.

VALUTAZIONI DELL'AUTORITÀ

D6.2 L'Autorità conferma il proprio orientamento e richiama le considerazioni svolte al punto precedente.

2.5.2. Conclusioni sulla definizione del mercato del prodotto/servizio all'ingrosso

215. In conclusione, l'Autorità ritiene di poter definire i seguenti mercati del prodotto:

a) **Mercato dei servizi di diffusione televisiva su reti terrestri;**
b) **Mercato dei servizi di diffusione televisiva su rete terrestre in tecnica DVB-H;**
c) **Mercato dei servizi di diffusione radiofonica su rete terrestre;**
d) **Mercato dei servizi di diffusione radiotelevisiva via reti di telecomunicazioni fisse;**
e) **Mercato dei servizi di diffusione radiotelevisiva via satellite.**

2.5.3. Il mercato geografico all'ingrosso

216. Le Linee direttrici prevedono che, una volta identificato il mercato del prodotto/servizio rilevante, si proceda alla definizione della dimensione geografica del mercato. Secondo una giurisprudenza consolidata, il mercato geografico rilevante

comprende un'area in cui le imprese interessate sono attive nell'offerta e domanda dei prodotti o servizi in questione, in cui le condizioni della concorrenza sono simili o sufficientemente omogenee e che può essere distinta dalle aree adiacenti, in cui le condizioni prevalenti della concorrenza sono sostanzialmente diverse.

217. Secondo le indicazioni della Commissione Europea e come espresso anche dal Gruppo di Regolatori Europei (ERG, ora BEREC) nella Common Position[53] nel settore delle comunicazioni elettroniche la dimensione geografica del mercato rilevante viene determinata tradizionalmente in base a due criteri principali: a) l'area coperta da una rete, e b) l'esistenza di strumenti di regolamentazione giuridici o di altro genere.

218. L'applicazione dei sopramenzionati parametri ai servizi di diffusione televisiva su reti terrestri porta a ritenere che si possano individuare due mercati sotto il profilo geografico, quello nazionale e quello locale. La normativa in vigore distingue nettamente tra ambito locale, caratterizzato da una rete con copertura inferiore al 50% della popolazione, e ambito nazionale, caratterizzato da una copertura superiore a tale soglia, prevedendo titoli abilitativi specifici. Peraltro, il target di telespettatori raggiunto dalle reti nazionali e locali presenta profili di consumo differenti, e ciò incide sulle politiche commerciali dei fornitori di contenuti, che acquistano servizi diffusivi su base nazionale o su base locale in funzione delle caratteristiche dei prodotti editoriali da diffondere. Le condizioni concorrenziali nelle due aree sono dunque eterogenee.

219. In conclusione le diverse caratteristiche dei contenuti trasportati e delle condizioni economiche, tecniche e normative relative all'offerta di servizi di rete determinano una differenziazione tra i mercati dei servizi diffusivi televisivi su rete terrestre in ambito nazionale ed in ambito locale.

220. La differenziazione tra ambito nazionale e ambito locale può essere confermata anche con riferimento ai servizi terrestri di trasmissione radiofonica, in quanto le coperture di rete, i vincoli di carattere giuridico, nonché le condizioni eterogenee di concorrenza continuano ad individuare due ambiti distinti, nazionale e locale, per tale mercato.

221. Nella precedente analisi di mercato è stato ritenuto che, in ragione delle omogenee condizioni cui sono offerti i servizi diffusivi via reti di telecomunicazioni fisse, nonché della circostanza che i titoli abilitativi per la fornitura di tali servizi sono rilasciati a livello nazionale, il mercato dei servizi di diffusione radiotelevisiva via reti di telecomunicazioni fisse avesse una dimensione geografica nazionale. Tuttavia, in quel contesto, l'Autorità ha accolto l'invito a valutare, nell'ambito della successiva analisi del mercato 18, la possibilità che il mercato si orientasse verso una segmentazione a livello locale anche alla luce dell'evoluzione delle offerte di IPTV e dello sviluppo delle infrastrutture broadband.

222. Nella presente analisi, l'Autorità ritiene di confermare la definizione data nell'ambito della delibera n. 544/07/CONS, non essendosi registrati, nell'orizzonte temporale intercorso fra le due analisi, mutamenti significativi delle condizioni

[53] Cfr. "ERG Common position on Geographic Aspects of Market Analysis", October 2008, pag. 2 e ss..

competitive presenti sul mercato, che permangono sostanzialmente omogenee. Infatti, nonostante le infrastrutture diffusive non siano ancora estese all'intero territorio nazionale, le politiche commerciali degli operatori attivi sul mercato e le caratteristiche del servizi offerti non sono differenziate su base geografica. Pertanto, si ritiene che i servizi di diffusione radiotelevisiva via reti di telecomunicazioni fisse abbiano una dimensione geografica estesa al territorio nazionale.

223. Per quanto riguarda la dimensione geografica del mercato dei servizi di diffusione televisiva su rete terrestre in tecnica DVB-H, si evidenzia che le condizioni concorrenziali che connotano tale mercato si presentano sostanzialmente omogenee. Le reti DVB-H hanno coperture abbastanza elevate (circa il 60/70 per cento della popolazione) anche se non estese in zone non densamente popolate. Inoltre, le politiche commerciali degli operatori attivi sul mercato e le caratteristiche del servizi offerti non sono differenziate su base geografica. Pertanto, si ritiene che i servizi di diffusione radiotelevisiva su rete terrestre in tecnica DVB-H abbiano una dimensione geografica estesa al territorio nazionale.

224. Con riferimento ai servizi di diffusione su rete satellitare, il mercato investe tuttora un ambito geografico transnazionale, in quanto, in ragione delle caratteristiche stesse dell'infrastruttura di diffusione, i fornitori dei relativi servizi offrono capacità trasmissiva destinata a soddisfare le esigenze di più mercati nazionali.

2.5.4. Conclusioni in merito al mercato geografico all'ingrosso

225. Sulla base delle osservazioni svolte è possibile individuare i seguenti mercati geografici rilevanti:

a) **Mercato nazionale dei servizi di diffusione televisiva su reti terrestri;**
b) **Mercato nazionale dei servizi di diffusione televisiva su rete terrestre in tecnica DVB-H;**
c) **Mercato nazionale dei servizi di diffusione radiofonica su rete terrestre**;
d) **Mercato nazionale dei servizi di diffusione radiotelevisiva via reti di telecomunicazioni fisse;**
e) **Mercato transnazionale dei servizi di diffusione radiotelevisiva via satellite;**
f) **Mercato locale dei servizi di diffusione televisiva su reti terrestri**;
g) **Mercato locale dei servizi di diffusione radiofonica su rete terrestre.**

D7. Si condivide l'orientamento dell'Autorità in merito alla dimensione del mercato geografico all'ingrosso?

OSSERVAZIONI DEGLI OPERATORI

D7.1 **TELECOM ITALIA** ha concordato con le conclusioni dell'Autorità in merito alla dimensione geografica dei mercati all'ingrosso osservando, con riferimento al

mercato dei servizi diffusivi su reti di telecomunicazioni fisse, come a fronte dello sviluppo delle reti di seconda generazione, si potrebbe assistere ad una accentuazione del differente grado di concorrenza fra le aree coperte dalla infrastruttura diffusiva IPTV e quelle non coperte e, in tale senso, non dovrebbe essere esclusa la possibilità di giungere, nelle analisi future, ad una segmentazione geografica di detto mercato a livello locale.

D7.2 **MEDIASET** ha dissentito, invece, dalla distinzione fra mercato nazionale dei servizi di trasmissione su reti terrestri e mercato transazionale dei servizi di trasmissione satellitare osservando come la domanda di capacità satellitare provenga sovente da soggetti attivi a livello nazionale. Peraltro, l'operatore ritiene preferibile definire ambedue i mercati su base transazionale, in considerazione dell'ambito di attività dei soggetti nei quali si articola la domanda e offerta *wholesale* dei servizi considerati, corrispondente ad un contesto multinazionale.

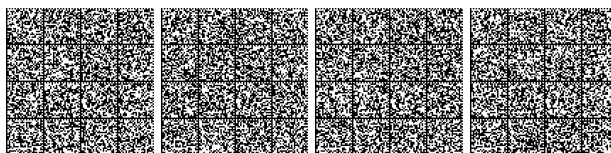
D7.3 Diversamente, **SKY** ha condiviso la definizione geografica dei mercati rilevanti individuati nello schema di provvedimento, mentre **WIND** ha concordato con la dimensione geografica nazionale dei servizi di diffusione televisiva via reti di telecomunicazioni fisse.

VALUTAZIONI DELL'AUTORITÀ

D7.4 L'Autorità conferma che, nonostante le infrastrutture diffusive non siano ancora estese all'intero territorio nazionale, le politiche commerciali degli operatori attivi sul mercato e le caratteristiche dei servizi offerti non sono differenziate su base geografica, ove le condizioni competitive permangono sostanzialmente analoghe.
Ciò premesso, l'Autorità valuterà comunque, nell'esercizio delle proprie competenze, la possibilità che mutamenti nelle condizioni di mercato conducano, in futuro, ad una eventuale diversa definizione del mercato geografico.

D7.5 L'Autorità dissente dall'osservazione di Mediaset, evidenziando che la dimensione transnazionale di un mercato non è data dal carattere multinazionale degli operatori ivi operanti, quanto piuttosto dalle condizioni di domanda e offerta. L'orientamento espresso dalla Commissione europea e dalle altre Autorità di regolazione conferma pienamente l'impostazione dell'Autorità circa la dimensione geografica transnazionale dei servizi di diffusione satellitare sulla base di condizioni di offerta e di domanda che in larga parte oltrepassano i confini nazionali.

D7.6 Diverso è il caso delle trasmissioni terrestri laddove sia l'offerta sia la domanda presentano caratteristiche nazionali, se non locali. Ovviamente il fatto che alcuni operatori siano presenti anche in altri contesti nazionali con altre offerte e diverse infrastrutture di rete non rileva ai fini della definizione del mercato geografico.

D7.7 In conclusione, l'Autorità, in accordo con gli orientamenti nazionali ed internazionali, ritiene di confermare la propria valutazione circa la dimensione geografica dei mercati all'ingrosso.

3. APPLICAZIONE DEL TEST DEI TRE CRITERI

226. L'analisi svolta nei paragrafi precedenti ha portato alla definizione di un mercato rilevante non incluso tra quelli elencati nella Raccomandazione come suscettibili di regolamentazione *ex ante*. Pertanto l'Autorità deve verificare se per il mercato in esame i tre criteri indicati dalla Commissione affinché un mercato sia suscettibile di regolamentazione *ex ante* risultino cumulativamente soddisfatti.
227. Nel caso tale valutazione abbia un esito positivo, l'Autorità procederà alla verifica della sussistenza, in tale mercato, di una o più imprese che detengano un significativo potere di mercato.

3.1 I tre criteri

I tre criteri indicati nella Raccomandazione sono:

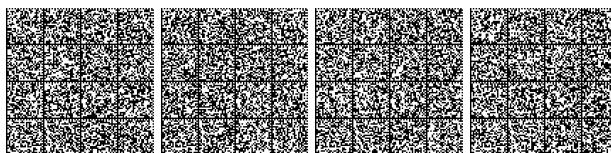
***i)* la presenza di forti ostacoli non transitori all'accesso.**

228. La Commissione europea specifica, nella Raccomandazione, che le tipologie di ostacoli all'accesso al mercato da tenere in considerazione sono due: gli ostacoli giuridico-tecnici e gli ostacoli strutturali. "*Gli ostacoli giuridici o normativi non sono determinati dalle condizioni economiche, bensì derivano piuttosto da misure legislative, amministrative o di altra natura prese a livello nazionale e aventi un effetto diretto sulle condizioni di accesso e/o la collocazione degli operatori sul mercato rilevante*"[54]. "*Gli ostacoli strutturali all'accesso al mercato derivano dalle condizioni iniziali dei costi o della domanda che creano condizioni asimmetriche tra operatori storici e nuovi operatori, rendendo difficile o addirittura impossibile l'accesso al mercato da parte di questi ultimi*"[55].

***ii)* la presenza di caratteristiche che inducono a pensare che nel mercato non si svilupperanno, con il passare del tempo, condizioni di concorrenza effettiva.**

229. La Commissione europea sottolinea che "*anche qualora un mercato sia caratterizzato da forti ostacoli all'accesso, altri fattori strutturali in tale mercato possono indicare la tendenza verso una situazione di concorrenza effettiva nell'arco di tempo considerato*"[56]. Ciò può avvenire in mercati con una struttura oligopolistica, quale il mercato in esame, in presenza di un numero sufficiente di imprese con strutture dei costi divergenti e di una domanda elastica rispetto ai prezzi, nonché di un eccesso di capacità che permetterebbe normalmente ad imprese concorrenti di aumentare

---

[54] Cfr. par. 10 della Raccomandazione.
[55] Cfr. par. 9 della Raccomandazione.
56 Cfr. par. 12 della Raccomandazione.

rapidamente la produzione a seguito di un aumento dei prezzi. In tali mercati, le quote di mercato possono modificarsi nel tempo e/o si può osservare un calo dei prezzi.
230. I principali indicatori da considerare al momento della valutazione (del primo e) del secondo criterio "*sono analoghi a quelli esaminati nel contesto di un'analisi di mercato in prospettiva futura; si tratta in particolare di indicatori concernenti gli ostacoli all'accesso in assenza di regolamentazione (compresa l'entità dei costi irrecuperabili), la struttura del mercato, l'andamento e la dinamica del mercato, compresi indicatori come le quote di mercato e le relative tendenze, i prezzi di mercato e le relative tendenze, nonché la portata e la copertura delle reti o infrastrutture concorrenti*"[57].

iii) **l'efficienza relativa del diritto della concorrenza e della regolamentazione *ex ante* complementare**.

231. La Commissione europea, nella Raccomandazione (par. 13), prevede che "*la decisione di identificare un mercato quale possibile oggetto di regolamentazione ex ante deve dipendere anche da una valutazione dell'adeguatezza del diritto della concorrenza a rimediare ai fallimenti di mercato derivanti dal fatto che sono soddisfatti i primi due criteri. Gli interventi del diritto della concorrenza saranno probabilmente insufficienti se un intervento volto a rimediare ad un fallimento di mercato deve soddisfare un gran numero di criteri di conformità o se sono indispensabili interventi frequenti e/o tempestivi*".

3.2 I mercati sui quali effettuare il triplo test

232. Sulla base delle considerazioni svolte nella presente analisi risulta che i servizi di diffusione radiotelevisiva in Italia sono articolati nei seguenti mercati:

a) **Mercato nazionale dei servizi di diffusione televisiva su reti terrestri;**
b) **Mercato nazionale dei servizi di diffusione televisiva su rete terrestre in tecnica DVB-H;**
c) **Mercato nazionale dei servizi di diffusione radiofonica su rete terrestre**;
d) **Mercato nazionale dei servizi di diffusione radiotelevisiva via reti di telecomunicazioni fisse;**
e) **Mercato transnazionale dei servizi di diffusione radiotelevisiva via satellite;**
f) **Mercato locale dei servizi di diffusione televisiva su reti terrestri**;
g) **Mercato locale dei servizi di diffusione radiofonica su rete terrestre**.

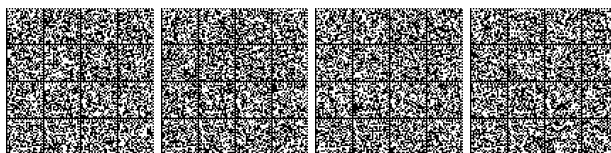
[57] Cfr. par. 6 delle Raccomandazione.

233. In via preliminare si evidenzia che, per alcuni di questi mercati, che già nella precedente analisi non superavano il triplo test, possono essere confermate le considerazioni già svolte nell'ambito della delibera n. 544/07/CONS.
234. Infatti, per quanto riguarda il mercato nazionale dei servizi di diffusione radiotelevisiva via reti di telecomunicazioni fisse, l'Autorità, nell'ambito del procedimento per l'individuazione delle piattaforme emergenti di cui alla delibera n. 665/09/CONS, già richiamata, ha considerato l'IPTV una piattaforma emergente in quanto, nonostante, dal punto di vista tecnologico, tale mercato stia conoscendo una fase di rivitalizzazione tecnologica, con riguardo alla sua evoluzione verso prestazioni tipiche delle reti a banda ultra larga (NGN e NGAN), la diffusione della piattaforma nel mercato italiano sembra mantenersi ancora ad uno stadio iniziale.
235. Pertanto, tenuto anche conto dell'attuale regolamentazione del mercato dell'accesso alla rete fissa di cui alla delibera n. 314/09/CONS, non si ritiene necessario svolgere un'analisi più approfondita circa il superamento del triplo test con riferimento a questo mercato.
236. Per quanto riguarda il mercato dei servizi diffusione radiotelevisiva via satellite, si ricorda che, nella precedente analisi di mercato, l'Autorità aveva escluso questo mercato dalla sua analisi in considerazione del carattere transnazionale di tali servizi, pur riservandosi di riconsiderare il mercato in presenza di una decisione di diverso orientamento della Commissione europea in materia di servizi di trasmissione via satellite a carattere transnazionale ai sensi dell'art. 15(4) della direttiva quadro. Non essendoci stato alcun intervento in proposito, l'Autorità, in conformità con quanto fatto dalle altre Autorità di regolamentazione europee, conferma l'orientamento di cui alla scorsa analisi.
237. Ciò premesso, l'analisi sull'eventuale superamento del triplo test sarà svolta nei seguenti mercati:

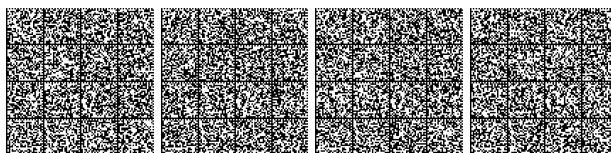
a) Mercato nazionale dei servizi di diffusione televisiva su reti terrestri;
b) Mercato nazionale dei servizi di diffusione televisiva su rete terrestre in tecnica DVB-H;
c) Mercato nazionale dei servizi di diffusione radiofonica su rete terrestre;
d) Mercato locale dei servizi di diffusione televisiva su reti terrestri;
e) Mercato locale dei servizi di diffusione radiofonica su rete terrestre.

i) Mercato nazionale dei servizi di diffusione televisiva su reti terrestri

Primo criterio - <u>La presenza di forti ostacoli non transitori all'accesso</u>

238. Nella presente analisi, tenuto conto del processo di migrazione dall'analogico al digitale in corso, è necessario in primo luogo verificare la sussistenza di ostacoli che possano, in tale contesto, rendere difficoltoso l'accesso, da parte degli operatori analogici, alle risorse necessarie per operare in tecnica digitale.

239. Al riguardo, si ricorda che, già nella precedente analisi di mercato, è stato rilevato come il mercato del broadcasting digitale fosse caratterizzato dalla presenza di forti barriere all'accesso di natura tecnica, economica e giuridica.
240. Infatti, dal punto di vista giuridico, si ricorda che, nella fase di avvio del processo di digitalizzazione, al fine di agevolare tale passaggio, il quadro normativo[58] ha riservato agli operatori già attivi nella piattaforma analogica la possibilità di procedere alla trasformazione degli impianti per la diffusione del segnale in tecnica digitale. Solamente a questi soggetti è stata data la possibilità di accedere al *trading* delle frequenze al fine di reperire gli impianti per la realizzazione della rete in tecnologia digitale. Tale quadro regolamentare e giuridico, di fatto, ha limitato la possibilità per soggetti esterni al mercato analogico di entrare nel mercato del *broadcasting* digitale. Allo stesso modo, anche la possibilità da parte dei fornitori di contenuti indipendenti di richiedere accesso alla capacità trasmissiva è stata fortemente limitata, in quanto gli operatori di rete hanno privilegiato la trasmissione di programmi appartenenti alle proprie emittenti.
241. Dal punto di vista tecnico, la disomogeneità nella distribuzione delle risorse frequenziali rappresenta una forte barriera all'accesso di soggetti nuovi, oltre che limitare la possibilità per i soggetti che stanno sviluppando le proprie reti digitali di ampliarne efficacemente la copertura. L'utilizzo promiscuo delle frequenze, ovvero la possibilità di utilizzare gli impianti trasmissivi indifferentemente in tecnologia analogica o digitale, offre un forte vantaggio strategico ai soggetti che hanno una maggiore disponibilità di impianti, in quanto fornisce loro la possibilità di travasare una parte di essi nel contesto digitale, ampliando la copertura delle reti digitali senza intaccare in modo significativo la copertura delle reti analogiche.
242. Tali vincoli, unitamente agli investimenti finanziari richiesti per l'eventuale accesso al mercato attraverso l'acquisizione di una rete già esistente, appaiono di natura non transitoria.
243. In conclusione, si ritiene che il mercato nazionale dei servizi di diffusione televisiva su piattaforme terrestre in tecnica digitale sia caratterizzato dalla presenza di ostacoli non transitori all'accesso al mercato e, pertanto, il primo criterio si ritiene soddisfatto.

Secondo criterio - <u>La presenza di caratteristiche che inducono a pensare che nel mercato non si svilupperanno, con il passare del tempo, condizioni di concorrenza effettiva</u>

[58] A partire dalla legge n. 66/01, la normativa nazionale ha infatti consentito alle imprese titolari di una concessione per la trasmissione del segnale televisivo in tecnica analogica terrestre l'acquisto di impianti o di rami d'azienda che trasmettono sia in ambito locale sia in ambito nazionale, qualora finalizzato allo sviluppo della trasmissione del segnale televisivo in tecnica digitale terrestre (articolo 2 bis, comma 2; cfr. anche legge n. 112/04, articolo 23, comma 3).

244. Come indicato dal Gruppo di Regolatori Europei (ERG)[59] i principali indicatori da considerare al momento della valutazione del secondo criterio sono analoghi a quelli esaminati nel contesto di un'analisi di mercato in prospettiva futura; si tratta, in particolare, di "indicatori concernenti gli ostacoli all'accesso in assenza di regolamentazione (compresa l'entità dei costi irrecuperabili), la struttura del mercato, l'andamento e la dinamica del mercato, compresi indicatori come le quote di mercato e le relative tendenze, i prezzi di mercato e le relative tendenze, nonché la portata e la copertura delle reti o infrastrutture concorrenti".

La struttura del mercato

245. I principali gruppi societari attivi nel mercato nazionale dei servizi di diffusione televisiva su rete terrestre sia in tecnica analogica che digitale sono 6: RAI-Radiotelevisione Italiana S.p.A, Reti Televisive Italiane S.p.A (RTI), Telecom Italia Media S.p.A. (TI Media), Gruppo Editoriale L'Espresso, Television Broadcasting Sistem S.p.A. e Prima TV S.p.A[60]. Si ricorda inoltre che all'operatore Europa 7 è stata assegnata una frequenza nazionale che può essere utilizzata per la diffusione sia digitale sia analogica.

Quote di mercato e infrastrutture difficili da duplicare

246. Un primo indicatore della posizione economica delle imprese presenti nel mercato dei servizi di trasmissione televisiva su rete terrestre è rappresentato dalla quota di mercato che può essere calcolata sia sul valore complessivo dei ricavi, sia sui volumi venduti.
247. Nel caso specifico, il prodotto fornito dagli operatori delle reti televisive terrestri è rappresentato dalla fornitura di capacità sulle reti terrestri analogiche e digitali necessaria ad irradiare il segnale televisivo nel territorio nazionale. Di conseguenza, ciò che rileva in tale caso è la quota di mercato calcolata sui ricavi derivanti da tale attività.
248. La tabella successiva illustra il dettaglio dei ricavi complessivi dei servizi diffusivi su rete terrestre distinti fra analogico e digitale per l'anno 2008.

---

[59] Cfr. ERG, *Report on Guidance on the application of the three criteria test.*
[60] Per una descrizione generale delle attività delle imprese si rimanda alla precedente analisi di mercato.

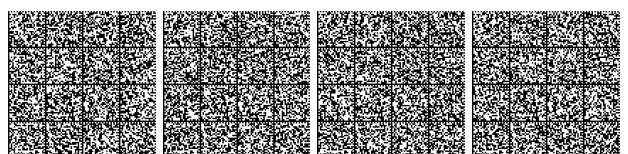



Tabella 3 - Ricavi da attività di diffusione su reti terrestri (analogiche* e digitali) – anno 2008**

		Ricavi (Mln €)	Incidenza sul totale (%)
RAI	*di cui:*	79,90	**26,9**
	Reti analogiche	*56,60*	19,1
	Reti digitali	*23,30*	7,8
RTI	*di cui:*	140,60	**47,3**
	Reti analogiche	*90,60*	30,5
	Reti digital	*50,00*	16,8
TI Media	*di cui:*	42,55	**14,3**
	Reti analogiche	*17,65*	5,9
	Reti digitali	*24,90*	8,4
Gruppo L'Espresso	*Reti digitali*	1,01	**0,3**
Prima TV	*Reti digitali*	33,00	11,1
Totale reti analogiche		*164,85*	*55,5*
Totale reti digitali		*132,20*	*44,5*
Totale		**297,05**	**100,0**

Fonte: elaborazioni Agcom su dati aziendali

(*) I ricavi realizzati sulle reti analogiche comprendono sia i corrispettivi per la prestazione dei servizi di trasporto e diffusione del segnale televisivo in tecnologia analogica, sia i proventi dei servizi di ospitalità, manutenzione e gestione degli impianti appartenenti alla medesima rete. Infatti, per ragioni di natura contabile e di difficoltà di rilevazione, alcuni operatori non hanno fornito il valore dei ricavi derivanti dalla sola attività di fornitura dei servizi di trasporto del segnale in tecnica analogica.

(**) Per la piattaforma digitale è stato, invece, possibile distinguere i ricavi per i servizi di cessione della capacità trasmissiva dai ricavi per servizi di ospitalità, gestione e manutenzione degli impianti che sono pertanto esclusi dai valori riportati in tabella.

249. Dai dati riportati nella tabella 3, emerge una quota di rilievo attribuibile a RAI (26,9%) e soprattutto ad RTI (pari a 47,3%), in larga parte ascrivibile ai ricavi derivanti dall'attività di diffusione su reti analogiche. Seguono poi Telecom Italia Media, con una quota del 14,3%, che realizza ricavi di vendita di capacità trasmissiva più equilibrati sulla rete analogica e su quella digitale, Prima TV (con l'11,1% del mercato) e il Gruppo L'Espresso (con una quota pari al 0,3%) che realizzano ricavi per servizi diffusivi resi esclusivamente sulla rete digitale. Tali ricavi rappresentano comunque dei valori parziali, considerato che, nel passaggio al digitale, la posizione degli operatori sull'analogico rischia di produrre un dato sovrastimato.

250. Tale situazione è destinata infatti a mutare rapidamente nei prossimi anni, nei quali si assisterà ad una crescita del valore dei ricavi complessivi, sostanzialmente trainata dai proventi realizzati sulle reti digitali. Infatti, a fronte di una riduzione dei ricavi per i servizi di trasmissione sulle reti terrestri analogiche, si sta già verificando un incremento più che proporzionale dei ricavi di diffusione televisiva sulla piattaforma digitale. Andamento, quest'ultimo, perfettamente in sintonia con il processo di digitalizzazione delle reti di trasmissione televisiva terrestri attualmente in corso.
251. Analizzando nel dettaglio la composizione dei ricavi per l'anno 2008 (di cui alle tabelle 4 e 5), si osserva una prevalenza degli introiti imputabili ad attività prestate all'interno del gruppo aziendale (ricavi infragruppo) e, quindi, a proventi realizzati a fronte di servizi di diffusione prestati in autofornitura. Coerentemente con le caratteristiche delle diverse tecniche trasmissive, questo fenomeno risulta essere più evidente per la rete analogica rispetto a quella digitale.
252. Come ricordato in precedenza, la rete terrestre analogica presenta, infatti, delle limitazioni di natura tecnologica che non consentono il trasporto di più canali sulla medesima infrastruttura. Ciascuna rete o frequenza analogica è interamente utilizzata da un unico canale televisivo generalmente gestito dall'emittente proprietaria della rete. La percentuale dei ricavi di vendita di capacità trasmissiva per servizi resi all'interno del proprio gruppo risulta, pertanto, assai elevata (96,31%).

Tabella 4 - Ricavi da attività di diffusione su reti terrestri analogiche* – anno 2008 (%)

	Ricavi totali	Ricavi intragruppo	Ricavi vendite a terzi
Rai	34,3	33,8	0,5
RTI	55,0	51,9	3,1
TI Media	10,7	10,7	0,0
Totale	100,0	96,3	3,7

Fonte: elaborazioni Agcom su dati aziendali

(*) I ricavi realizzati sulle reti analogiche comprendono sia i corrispettivi per la prestazione dei servizi di trasporto e diffusione del segnale televisivo in tecnologia analogica, sia i proventi dei servizi di ospitalità, manutenzione e gestione degli impianti appartenenti alla medesima rete.

253. Diversamente, il passaggio alla tecnica digitale ha comportato dei guadagni in termini di efficienza della rete consentendo la possibilità di trasportare per ogni rete/frequenza diversi programmi televisivi. In tale contesto, come chiarito anche dalla normativa in materia, è inoltre possibile distinguere la figura dell'operatore di rete (soggetto che controlla le frequenze ed è proprietario degli impianti che gestisce) da quella del fornitore di contenuti (soggetto che realizza i contenuti). Pertanto, accanto alla presenza di soggetti verticalmente integrati che trasportano i programmi realizzati

dalle proprie emittenti, la piattaforma digitale consente la coesistenza di fornitori di contenuti indipendenti che richiedono accesso alla capacità trasmissiva dell'operatore di rete. È verosimile, quindi, che nel segmento della televisione digitale i ricavi realizzati per i servizi di diffusione sulla propria infrastruttura a favore di operatori terzi assumeranno un rilievo maggiore rispetto a quelli conseguiti sulle reti terrestri analogiche. Tuttavia, al 2008, la composizione dei ricavi dei servizi di diffusione televisiva digitale terrestre evidenzia ancora una prevalenza dei proventi realizzati per servizi prestati in auto fornitura, pari al 60,4% dei ricavi complessivi.

Tabella 5 - Ricavi da attività di diffusione su reti terrestri digitali – anno 2008 (%)

	Ricavi totali	**Ricavi intragruppo**	**Ricavi vendite a terzi**
Rai	17,6	15,4	2,3
RTI	37,8	30,3	7,5
TI Media	18,8	14,1	4,7
L'Espresso	0,8	0,6	0,2
Prima TV	25,0	0,0	25,0
Totale	100,0	60,4	39,6

Fonte: elaborazioni Agcom su dati aziendali

(*) I ricavi realizzati sulle reti digitali comprendono esclusivamente i corrispettivi per la prestazione dei servizi di trasporto e diffusione del segnale televisivo in tecnologia digitale.

254. La prevalenza dei ricavi derivanti da attività prestata in autofornitura rappresenta un primo elemento di criticità che non consente comunque di giungere ad una corretta definizione della dimensione economica del mercato e della posizione relativa degli operatori. Infatti, tale valore risulta essere la conseguenza di scambi infragruppo basati sui *transfer charge*, che non seguono dinamiche di mercato. Inoltre, se si tiene conto del particolare momento storico nel quale l'Autorità è chiamata a svolgere tale analisi di mercato, si osserva che le informazioni sul valore dei ricavi – ma analogo ragionamento può valere anche per gli altri indicatori economici – presentano un carattere di estrema variabilità. In altri termini, l'attuale fase di transizione alla tecnologia digitale si riflette negativamente sulla portata informativa dei dati disponibili, che risultano essere caratterizzati da un elevato grado di incertezza.
255. Ciò premesso, si ritiene necessario procedere alla verifica di altri indicatori che consentano di individuare, con maggior grado di accuratezza ed affidabilità, le quote di mercato degli operatori in esso presenti, come il numero delle infrastrutture trasmissive detenute dagli operatori di rete e la ripartizione delle frequenze per operatore.
256. La tabella che segue illustra la distribuzione di capacità trasmissiva in termini di impianti/frequenze per le reti analogiche e digitali fra gli operatori e la copertura effettiva in termini di popolazione servita con una qualità almeno pari a 3.

Tabella 6 - Impianti e frequenze analogiche e digitali* al 2008

		Emittenti	Impianti/ Frequenze	Incidenza su totale (%)	Copert Effett
RAI			**5794**	**43,6**	
	Frequenze analogiche		*5477*	*41,2*	
		Rai1	1869		95,7
		Rai2	1827		95,
		Rai3	1781		94,
	Frequenze digitali		*317*	*2,4*	
		Mux A	72		73,8
		Mux B	81		67,28
		Mux1 (Sardegna)	88		2,8
		Mux2 (Sardegna)	23		2,4
		Mux3 (Sardegna)	23		2,3
		Mux4 (Sardegna)	22		2,3
		Mux5 (Sardegna)	8		2
RTI			**5249**	**39,5**	
	Frequenze analogiche		*4340*	*32,7*	
		Canale 5	1559		93
		Italia 1	1465		92,
		Retequattro	1316		91,
	Frequenze digitali		*909*	*6,8*	
		Mediaset 1	453		82
		Mediaset 2	302		75
		Mediaset 4 (Sardegna, Aosta, Trentino)	64		3,5
		Mediaset 5 (Sardegna)	46		2,8
		Mediaset 6 (Sardegna)	44		2,7
Telecom Italia Media			**1539**	**11,6**	
	Frequenze analogiche		*1089*	*8,2*	
		La7	686		86,8
		MTV: Music Television	395		81,3
		QOOB	8		0,5
	Frequenze digitali		*450*	*3,4*	
		MUX Mbone	290		84,5
		MUX Timb1	108		73,8
		TIMB1 (Sardegna)	6		2,2
		TIMB2 (Sardegna)	12		2,5
		TIMB3 (Sardegna)	22		2,6
		TIMB4 (Sardegna)	12		2,4

Gruppo L'Espresso			**263**	**1,2**	
	Frequenze analogiche	Rete A	*192*	*1,4*	73
			71	*0,5*	
	Frequenze digitali	Rete A1	52		55,
		Rete A2 (Sardegna)	19		2
TBS			**235**	**1,8**	
	Frequenze analogiche		*175*	*1,3*	72,2
			60	*0,4*	
	Frequenze digitali	Mux 1	44		31,6
		Mux 2	16		19,0
Prima TV			**264**	**1,2**	
	Frequenze digitali	DFree	*264*	*1,2*	76,
		Frequenze analogiche	*11273*	*84,9*	
		Frequenze digitali	*2011*	*15,1*	
TOTALE			**13284**	100,0	

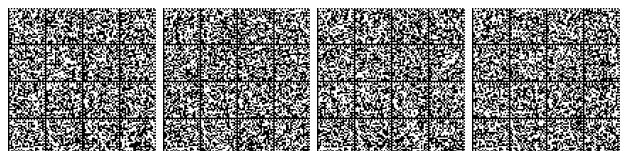
Fonte: elaborazioni AGCOM su dati aziendali

(*) Nelle reti digitali non sono state computate quelle in tecnica DVB-H.

(**) La copertura delle reti analogiche RAI presenta delle apparenti diminuzioni dovute al processo di digitalizzazione delle reti di seguito specificate:
TV 1: - 2,9% circa dovuto allo *switch-off* dell'analogico in Sardegna, trasmessa quindi solo in digitale, da risommare al totale per ottenere un servizio complessivo reale del 98,6%;
TV 2: -2,9% circa dovuto allo *switch-off* dell'analogico in Sardegna, trasmessa quindi solo in digitale, e dello *switch-over* in Aosta da risommare al totale per ottenere un servizio complessivo reale del 98,2%;
TV 3: - 2,9% circa dovuto allo switch off dell'analogico in Sardegna da risommare al totale per ottenere un servizio complessivo reale del 97,7%.

(***) La copertura del MUX B risente di uno scarto pari al 2,5% circa dovuto allo *switch-off* in Sardegna a seguito del quale il MUX B, nella predetta regione, è stato disattivato con la contestuale attivazione di 6 MUX che, complessivamente considerati, giustificano il suddetto scarto.

257. Se si rapporta il totale delle frequenze di proprietà del singolo operatore al totale delle frequenze nazionali, si osserva che la posizione dei due principali attori nel mercato dei servizi di diffusione televisiva su reti terrestri risulta essere piuttosto omogenea, con RAI che possiede circa il 44% delle frequenze nazionali a fronte di RTI che detiene circa il 40% delle frequenze nazionali.

258. Relativamente alla copertura effettiva delle reti, si noti che entrambi gli operatori presentano dei livelli di copertura molto elevati, raggiungendo per le reti analogiche valori superiori al 90% sia nel caso di RAI, sia di RTI. Per quanto riguarda le reti digitali terrestri, i due operatori presentano dei livelli di copertura effettiva piuttosto elevati e relativamente omogenei se si tiene presente che le differenze registrate

potrebbero essere dovute ad una diversa tempistica del processo di trasformazione e conversione degli impianti in tecnica digitale.

259. La presenza di processi di digitalizzazione degli impianti trasmissivi che si articolano su orizzonti temporali differenti potrebbe alterare anche la valutazione circa la posizione economica degli operatori sul mercato, laddove venga calcolata sulla base della dotazione degli impianti. Per tale ragione, da un lato, si è preferito calcolare la quota di mercato degli operatori in funzione del totale dello stock delle frequenze nazionali, ossia considerando sia le frequenze analogiche sia digitali, coerentemente con la nuova definizione di mercato.

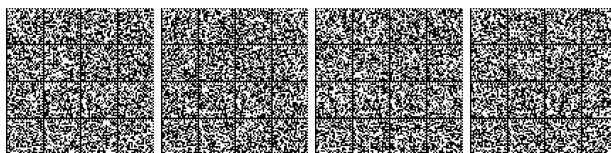
260. Tale scenario conferma la presenza di forti ostacoli non transitori all'accesso (come evidenziato nell'analisi sul primo criterio). Tuttavia, un'analisi prospettica, come quella relativa al secondo criterio, deve considerare il processo di transizione in atto e gli effetti a questo connessi entro l'orizzonte di riferimento del presente procedimento.

261. Infatti, è necessario valutare che la situazione illustrata nella tabella precedente è destinata a mutare profondamente entro il secondo semestre del 2012 ossia quando il processo di digitalizzazione delle reti televisive sarà completato.

262. Nel contesto di mercato che si configurerà in seguito al passaggio alla televisione digitale, l'elemento principale sul quale dovrà essere valutata la forza economica di un operatore televisivo che trasmette in tecnica digitale terrestre è, infatti, rappresentato unicamente dal numero delle reti o frequenze DVB-T assegnate sulla base dei criteri stabiliti nella delibera n. 181/09/CONS e del Piano nazionale di assegnazione delle frequenze (delibera n. 300/10/CONS), indipendentemente dal numero degli impianti trasmissivi posseduti. Infatti, sotto il profilo tecnico, si osserva che la struttura di una rete digitale isofrequenziale può essere molto diversa in termini di dotazione di impianti di diffusione/trasmissione del segnale rispetto a quella terrestre in tecnica analogica perché, in quest'ultimo caso, l'ottimizzazione delle risorse frequenziali implica l'utilizzo di canali diversi in impianti vicini[61].

263. Con la tecnica digitale isofrequenziale, invece, l'ottimizzazione dell'uso delle frequenze è assicurato quando è utilizzato lo stesso canale televisivo in impianti limitrofi e, quindi, le reti digitali a singola frequenza sono più efficienti sotto il profilo della gestione dello spettro frequenziale. In tale contesto, un operatore di rete che intende entrare nel mercato di riferimento avrà, quindi, unicamente la necessità di vedersi assegnata una frequenza nazionale in digitale sulla quale potrà trasmettere diversi programmi/canali in tutto il territorio nazionale. Il numero di impianti trasmissivi che compongono la rete del singolo operatore, sebbene in grado di

---

[61] Come già evidenziato, ad ogni impianto analogico è infatti associata una sola frequenza alla quale è dedicata la trasmissione di un particolare programma o canale televisivo che viene irradiato in una determinata area geografica. Di conseguenza, l'operatore televisivo in tecnica analogica deve avere una certa disponibilità di impianti/frequenze che gli consentano la copertura della propria rete sul territorio nazionale. Tenuto conto della scarsità della risorse frequenziali destinate alla trasmissione televisiva terrestre, e della disomogeneità con la quale sono state assegnate fra i diversi operatori, nella precedente analisi di mercato le quote di mercato sono state conseguentemente calcolate anche sulla base del numero di frequenze o impianti assegnati al singolo operatore.

condizionare la qualità del servizio prestato all'utente finale, rappresenta un elemento secondario ai fini della valutazione del potere di mercato, che dipende principalmente dal numero di reti o frequenze assegnate in tecnica digitale. In altri termini, la scelta circa la dotazione di impianti di trasmissione che compongono la rete del singolo operatore attiene a logiche puramente strategiche dell'impresa in esame, sottostanti un'analisi costi-benefici su quelle aree del paese coperte dal proprio segnale.

264. Si riporta di seguito una tabella della situazione in termini di disponibilità di multiplex in capo agli operatori esistenti con l'indicazione delle reti assegnabili sulla base dei criteri della delibera 181/09/CONS (anche tenuto conto dei vincoli da questa imposti all'acquisizione delle reti), così come confermato dal Piano nazionale delle frequenze recentemente emanato.

Tabella 7 - Dotazione di reti/frequenze digitali (ex delibera 181/09)

Operatore	**Mux assegnati**
Europa 7	1
L'Espresso	2
Prima TV	1
Rai	4
RTI	4
TBS	1
TI Media	3
Lotto a) destinato a nuovi operatori e operatori minori (< 2 reti analogiche)	3
Lotto b) aperta a tutti con i seguenti *cap*: cap. 1 rete per soggetti con 4 reti cap. 2 reti per soggetti con 3 reti	2
Totale reti nazionali	**21**

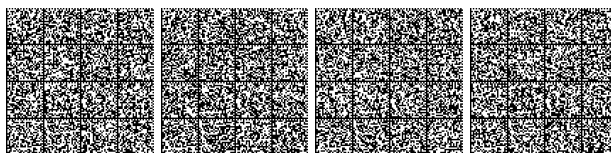
Fonte: elaborazioni Agcom

265. Da questa tabella emerge come la distribuzione frequenziale nel nuovo contesto digitale, ed entro l'orizzonte temporale della presente analisi, dovrà necessariamente convergere verso un assetto di mercato maggiormente concorrenziale, contrassegnato dalla presenza di almeno 4 soggetti con più di una rete nazionale.

Integrazione verticale

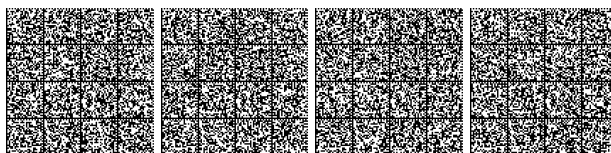
266. Il mercato della capacità trasmissiva su rete terrestre è tuttora caratterizzato dalla presenza di operatori verticalmente integrati nel segmento a monte dei servizi diffusivi e in quello a valle della fornitura di contenuti. I principali operatori di rete continuano, peraltro, ad utilizzare la rete proprietaria per la trasmissione dei contenuti realizzati dalle emittenti televisive appartenenti al medesimo gruppo societario. Tuttavia, come si illustrerà di seguito, l'attuazione di alcune misure di regolamentazione ha consentito di accelerare il processo di diffusione della tecnologia digitale terrestre, favorendo e stimolando l'instaurazione di un assetto competitivo maggiormente efficace.
267. Relativamente al mercato della fornitura di contenuti televisivi, come già esposto, con la delibera 449/08/CONS è stata approvata la graduatoria a livello nazionale e locale degli operatori che possono avere accesso all'acquisizione del 40% della capacità trasmissiva delle reti digitali terrestri a fronte della procedura di selezione indetta dall'Autorità in attuazione della delibera 109/07/CONS[62].
268. In seguito alla pubblicazione della graduatoria sopra menzionata, l'Autorità ha provveduto ad associare i programmi proposti dai soggetti aggiudicatari ai multiplex degli operatori di rete tenuti alla cessione della capacità trasmissiva, tenendo conto dell'ordine della graduatoria e della preferenza espressa da ciascun soggetto richiedente. Tale procedura ha consentito concretamente l'accesso alla capacità trasmissiva sulla rete digitale terrestre a fornitori di contenuti indipendenti dagli operatori di rete digitali accrescendo le possibilità di offerta di contenuti soprattutto nelle aree nelle quali lo swich-off è stato già realizzato[63].
269. Sebbene, come sopra illustrato, il mercato sia costituito ancora in prevalenza da soggetti verticalmente integrati, l'entrata di emittenti indipendenti nel mercato della fornitura dei contenuti rappresenta un traguardo importante per il settore perché evidenzia un segnale di apertura del mercato alla competizione. Sul punto, si ricorda comunque che, anche prima della gara per la cessione del 40% della capacità trasmissiva, il passaggio alla tecnica digitale ha reso possibile per molti fornitori di contenuti indipendenti (ad esempio Class) offrire i propri prodotti sui multiplex degli operatori di rete, contribuendo all'arricchimento delle scelte di consumo televisivo dei consumatori.

---

[62] Si ricorda, infatti, che la riserva di capacità trasmissiva del 40% sulle piattaforme digitali terrestri era imposta dall'art. 2-bis della legge 66/2001 ai soggetti concessionari di più di un'emittente televisiva in ambito nazionale a favore, fra gli altri, dei concessionari televisivi in tecnica analogica la cui rete presentava un deficit di copertura (inferiore all'80%).
[63] Segnatamente, AIR P TV Development Italia S.r.l., Digital Tv Channels Italy S.r.l., Rete Blu S.p.a., Class Editori S.p.a., Turner Entertainment Networks, The Walt Disney Company Italia, QVC Italia S.r.l., Anicaflash S.r.l., Sitcom Società Italiana Comunicazione S.p.a..

Vantaggi o superiorità a livello tecnologico

270. Come evidenziato nella precedente analisi di mercato, gli operatori di rete per la diffusione televisiva in tecnica digitale svolgono sui propri *mux* digitali attività tecniche relative alla gestione di questi ultimi ed in alcuni casi gestiscono la cessione di capacità trasmissiva a terzi. In questo contesto, gli operatori verticalmente integrati come Rai Way, Elettronica Industriale e Telecom Italia Media posseggono un indubbio vantaggio a livello tecnologico a causa della conseguente specializzazione produttiva ottenuta attraverso l'esercizio delle proprie reti terrestri in tecnica analogica e delle altre piattaforme televisive.
271. Inoltre, gli operatori che svolgono attività nel settore della televisione a pagamento possono beneficiare delle sinergie derivanti dalle integrazioni fra le diverse attività.
272. Ciò premesso, va tuttavia considerato che l'innovazione tecnologica in tale attività appare avere un'importanza limitata, anche in virtù dell'uso di standard e tecnologie ampiamente diffuse e riproducibili.

Concorrenza potenziale e valutazioni prospettiche

273. La situazione competitiva attuale appare da un lato scontare ancora posizioni pregresse, dall'altro lato essere in drastico mutamento.
274. Infatti, già in una prospettiva di breve periodo, l'assetto del mercato della diffusione televisiva terrestre è destinato a mutare profondamente in funzione dell'espletamento delle gare di assegnazione del dividendo digitale a soggetti attualmente non presenti sulla piattaforma analogica. Inoltre, la stessa applicazione di regole asimmetriche concederà nuovi spazi di entrata ai fornitori di contenuti indipendenti consentendo loro di ampliare l'offerta televisiva in digitale attraverso programmi fruibili sia in chiaro sia a pagamento. Allo stesso modo, l'individuazione dei broadcaster che possono avere accesso al 40% della capacità trasmissiva in tecnica digitale ha già consentito di arricchire l'offerta di contenuti DTT determinando degli effetti benefici sulla competitività anche su tutti gli altri mercati a valle della filiera produttiva compreso quello della raccolta pubblicitaria su tale mezzo trasmissivo.
275. Pertanto, il contesto di mercato appare quindi in una fase in cui la concorrenza potenziale, anche da parte di operatori nuovi entranti, è suscettibile di produrre notevoli effetti sul livello di concorrenza attuale dello stesso.
276. Al riguardo, si fa presente che, per concorrenza potenziale, si intende la capacità di un soggetto esterno al mercato rilevante – mercato delle infrastrutture per la trasmissione del segnale televisivo su rete terrestre – di entrare in tale contesto competitivo, offrendo i propri prodotti e servizi e realizzando dei profitti positivi ed, al tempo stesso, la capacità di rappresentare un vincolo al comportamento dei soggetti già presenti nel mercato, contenendone il relativo potere economico. Nei mercati contendibili, infatti, la sola *minaccia di entrata* di potenziali concorrenti è tale da indurre comportamenti virtuosi dei soggetti già attivi sul mercato.

277. Come affermato in precedenza, le caratteristiche del mercato della diffusione televisiva su reti terrestri sono in profonda trasformazione. Infatti, il passaggio dalla tecnologia analogica a quella digitale consente un utilizzo più efficiente dello spettro frequenziale da parte degli operatori di rete che sono in grado di trasportare diversi canali attraverso la medesima frequenza. Modulando alcuni parametri di qualità del servizio di trasmissione televisiva, gli operatori delle reti digitali terrestri sono in grado, infatti, di offrire maggiori spazi sulla propria infrastruttura trasmissiva rispetto a quanto possibile con la tecnologia analogica.
278. Pertanto, grazie alla tecnologia digitale, la possibilità di entrata di concorrenti potenziali nel mercato della offerta dei contenuti fruibili su rete terrestre sono state ampliate in modo considerevole, così da consentire ai diversi operatori un accesso rapido in tale contesto competitivo, senza sostenere i costi della realizzazione di una propria infrastruttura trasmissiva. Al tempo stesso, la possibilità da parte dei fornitori di contenuti indipendenti di rivolgersi a più operatori proprietari della rete terrestre per veicolare i propri canali/programmi stimola la competizione fra tali operatori in concorrenza diretta nella vendita di capacità trasmissiva[64].
279. In questo contesto tecnologico, come anticipato, con la delibera n. 181/09/CONS l'Autorità ha approvato i criteri per la completa digitalizzazione delle reti televisive terrestri consentendo, in prospettiva, il superamento delle potenziali barriere all'entrata in tale contesto competitivo. Infatti, tale provvedimento, da un lato, riconosce un numero equo di reti digitali pianificate alle emittenti esistenti nella piattaforma analogica (pari a 8 reti in tecnica DVB-T) e/o una capacità trasmissiva sufficiente per la trasmissione dei programmi in HD, consentendo a tali soggetti il riconoscimento e la valorizzazione, in termini di impianti e frequenze digitali, degli investimenti effettuati nel settore analogico. Dall'altro, prevede la realizzazione di due procedure ad evidenza pubblica per l'assegnazione del dividendo digitale, nelle quali si prevede una prima assegnazione di 3 lotti (o reti) con una riserva della procedura selettiva a favore dei nuovi entranti; e una seconda assegnazione di 2 lotti (o reti) attraverso una procedura aperta a qualsiasi offerente. Sempre nella stessa delibera sono state previste inoltre delle regole asimmetriche anch'esse volte ad evitare che nel nuovo contesto di mercato possano realizzarsi dei livelli di concentrazione delle reti/frequenze in capo al singolo operatore:

a) la presenza di un tetto massimo sulle eventuali offerte a fronte del quale un operatore in esito alla gara non potrà avere più di 5 multiplex nazionali;
b) l'obbligo di cessione del 40% della capacità trasmissiva del multiplex o dei multiplex aggiudicati in esito alla gara da parte degli operatori che attualmente gestiscono rispettivamente 2 o 3 reti nazionali;

---

[64] In tale contesto, un operatore può decidere di non sostenere costi fissi irrecuperabili relativi alla realizzazione della rete terrestre per la trasmissione dei propri programmi in tecnologia digitale, ma di avvalersi degli impianti di proprietà di altri soggetti e circoscrivere la propria attività di impresa alla mera produzione di programmi televisivi ed alla rivendita dei relativi diritti ad altri soggetti.

c) l'obbligo di orientamento al costo nell'offerta dei servizi di diffusione in tecnica digitale per gli operatori esistenti che possiedono reti con una estensione pari al territorio nazionale.

280. Pertanto, in attuazione della delibera 181/09/CONS, verrà offerta la possibilità concreta di entrata a operatori diversi dagli *incumbent* ovvero ad operatori nuovi entranti. Inoltre, l'applicazione delle regole asimmetriche previste nella medesima delibera consentiranno ai nuovi assegnatari di godere di una serie di vantaggi competitivi così da concedere loro un lasso di tempo sufficiente per potersi affermarsi nel settore televisivo.

281. Si ricorda inoltre che, a conclusione delle precedente analisi del mercato 18, l'Autorità ha imposto a RAI e Mediaset, in ragione della posizione dominante congiunta rinvenuta in capo a dette società nel mercato della trasmissione in analogico, alcuni obblighi ritenuti idonei a rimuovere le distorsioni concorrenziali rinvenute su tale mercato. In particolare, l'Autorità ha imposto alle suddette società l'obbligo di accesso alle proprie infrastrutture ad operatori televisivi nazionali su frequenze terrestri in tecnica analogica.

282. Con la delibera n. 181/09/CONS l'obbligo di offerta di servizi di trasmissione a prezzi orientati ai costi da parte degli operatori esistenti - che già dispongono di reti di estesa copertura sul territorio nazionale - agli operatori di reti digitali terrestri nuovi entranti, è stato stabilito per un periodo di cinque anni dalla stipula dei relativi accordi. L'estensione di tale rimedio regolamentare al digitale terrestre appare idoneo a facilitare la realizzazione di reti trasmissive da parte degli operatori nuovi entranti e a rendere effettivo lo sviluppo in tempi ragionevoli di dette infrastrutture.

283. Da ultimo, come descritto al cap. 1.2.2, con il Piano nazionale di assegnazione delle frequenze è stato identificato il numero delle reti televisive nazionali digitali terrestri (pari a 25), suddivise secondo i criteri indicati dalla delibera n. 181/09/CONS (sui quali cfr. infra).

284. Il Piano stabilisce inoltre che le frequenze non utilizzate, quelle non necessarie e quelle non assegnate concorreranno alla riorganizzazione dello spettro radio ai fini della costituzione di un dividendo digitale "esterno", in linea con gli obiettivi comunitari di utilizzazione di parte dello spettro UHF per i servizi di telecomunicazioni.

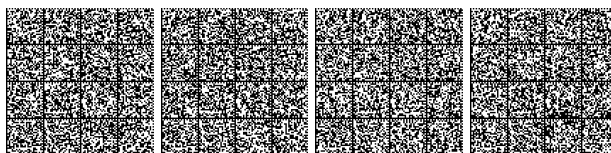
Considerazioni conclusive

285. Dall'analisi svolta, emerge come i recenti interventi regolamentari più volte richiamati appaiano idonei a consentire, in questa fase transitoria di passaggio al digitale, il superamento delle barriere all'entrata e l'instaurazione di un contesto di mercato più competitivo. Tale assunto ha trovato conferma da parte della Commissione, che ha ritenuto le misure descritte idonee a superare le censure mosse alla legislazione italiana con la procedura di infrazione n. 2005/5086, ritenendo gli interventi assunti in grado di assicurare l'effettiva creazione di un assetto di mercato maggiormente competitivo, aperto all'ingresso di nuovi operatori.

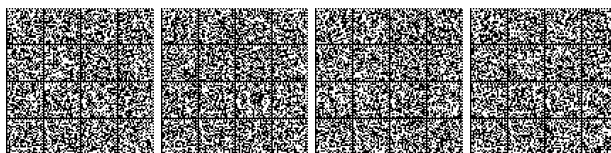
286. Tuttavia, le preoccupazioni di ordine concorrenziale già evidenziate nella precedente analisi di mercato potranno essere attenuate solo a valle delle gare sul dividendo del digitale, nel rispetto di quanto previsto dalla delibera n. 300/10/CONS. Al riguardo, la stessa Commissione ha auspicato il ruolo di controllo dell'Autorità nell'esecuzione delle gare stesse, subordinando la formale conclusione della procedura di infrazione alla piena attuazione di tali procedure.
287. Nel condividere l'affermazione della Commissione circa gli effetti positivi potenzialmente connessi all'espletamento delle gare, si ritiene quindi opportuno effettuare un'attività di monitoraggio sul rispetto dei criteri dettati nella delibera n. 181/09/CONS (richiamati in sede di emanazione del Piano di assegnazione delle frequenze) e sullo svolgimento delle procedure di assegnazione delle risorse, unitamente all'attuazione delle misure asimmetriche richiamate.
288. In ragione di quanto esposto, ed in particolare delle misure regolamentari pro-competitive già adottate da questa Autorità, nonché della costante attività di controllo e monitoraggio che l'Autorità si impegna a svolgere sull'effettiva attuazione e rispetto delle medesime, il secondo criterio si può ritenere non soddisfatto.
289. Poiché la Raccomandazione prevede che i tre criteri debbano risultare soddisfatti comulativamente, l'Autorità non ritiene necessario svolgere l'analisi del terzo criterio per concludere che il mercato in esame non sia suscettibile di regolamentazione *ex ante*.

ii) Mercato nazionale dei servizi di diffusione televisiva su rete terrestre in tecnica DVB-H

Primo criterio - <u>La presenza di forti ostacoli non transitori all'accesso</u>

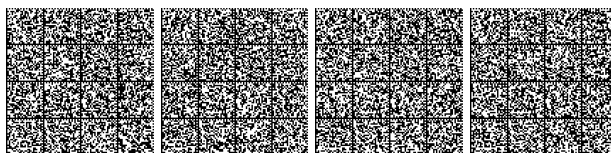
290. L'ingresso nel mercato dei servizi diffusivi in tecnologia DVB-H è subordinato al possesso di impianti e frequenze ai fini della predisposizione di una rete dedicata, ovvero all'acquisto di una rete digitale da un altro operatore e alla riconversione della stessa in tecnica DVB-H. Infatti, come precedentemente descritto, al fine di offrire servizi basati su questa tecnologia, è necessario integrare la copertura della rete con trasmettitori di bassa potenza (*gap-filler*) e, per la fornitura di servizi interattivi, è necessaria la realizzazione del canale di ritorno, fornito dalle reti mobili GSM/UMTS. Per tali motivi, una rete DVB-H presenta un carattere ibrido tra una rete broadcaster e una rete di telefonia mobile.
291. La necessità, per operare in tale mercato, di disporre di un patrimonio frequenziale al fine della predisposizione della rete, induce a ritenere che, anche per il DVB-H, emergano le problematiche, già riscontrate per il DVB-T, connesse alla scarsità delle frequenze disponibili.
292. La scarsità delle risorse frequenziali rappresenta infatti una forte barriera all'accesso di soggetti nuovi entranti. In tale contesto, va considerato anche il vantaggio strategico detenuto dagli operatori che già dispongono di una rete digitale, i quali possono già stipulare accordi con gli operatori di telefonia mobile interessati ad offrire i propri servizi in tale modalità trasmissiva.

293. Tali vincoli, unitamente agli investimenti finanziari richiesti per l'eventuale accesso al mercato attraverso l'acquisizione di una rete già esistente, appaiono di natura non transitoria.
294. In conclusione, si ritiene che il mercato nazionale dei servizi di diffusione televisiva su piattaforme terrestre in tecnica DVB-H sia caratterizzato dalla presenza di ostacoli non transitori all'accesso al mercato e, pertanto, il primo criterio si ritiene soddisfatto.

Secondo criterio - La presenza di caratteristiche che inducono a pensare che nel mercato non si svilupperanno, con il passare del tempo, condizioni di concorrenza effettiva

295. Per quel che riguarda l'attuale assetto competitivo del mercato in esame, allo stato, gli operatori che dispongono di una rete DVB-H sufficientemente estesa sono 3lettronica ed Elettronica Industriale (la rete di RAI presenta infatti una scarsa implementazione). In proposito, va ricordato che, l'autorizzazione all'acquisto da parte di RTI della rete di Europa TV, ai fini della predisposizione di un multiplex DVB-H, è stata subordinata dall'Autorità garante della concorrenza e del mercato al rispetto, da parte di RTI, di alcuni impegni assunti al fine di scongiurare gli effetti anticompetitivi paventati dall'Autorità stessa, fra i quali, in particolare: i) l'apertura della rete agli operatori di telecomunicazioni che ne faranno richiesta e la cessione di capacità trasmissiva a condizioni eque, ragionevoli e non discriminatorie; ii) il trasporto sulla rete anche di contenuti di fornitori terzi, oltre a quelli di RTI.
296. Sulla base delle condizioni descritte, RTI ha sottoscritto accordi di cessione della capacità trasmissiva con TIM e Vodafone, mentre la capacità sul multiplex di 3lettronica è impiegata all'interno del gruppo H3G.
297. Con riguardo alle prospettive future connesse alla piattaforma DVB-H, i mutamenti recentemente intervenuti nel quadro normativo e regolamentare di riferimento, con particolare riguardo alle delibere n. 181/09/CONS e n. 300/10/CONS, in materia di assegnazione delle frequenze, appaiono atti a consentire il superamento delle problematiche connesse alla scarsità delle risorse frequenziali.
298. Infatti, gli interventi regolamentari succitati, attraverso una razionalizzazione del patrimonio frequenziali disponibile e l'utilizzo della tecnica SFN, hanno permesso la realizzazione di un guadagno addizionale di efficienza spettrale. Ciò ha reso possibile prevedere, sulla base di criteri già delineati nella delibera n. 181/09/CONS, la razionalizzazione delle reti DVB-H esistenti in reti pianificate isofrequenziali, la riserva di una rete DVB-H al soddisfacimento delle esigenze di servizio pubblico e una ulteriore rete da assegnare attraverso procedure selettive basate su criteri obiettivi, proporzionati, trasparenti e non discriminatori.
299. Inoltre, il nuovo Piano nazionale di assegnazione delle frequenze ha confermato la previsione, contenuta nella delibera n. 181/09/CONS, di 4 reti complessive da destinare al DVB-H, di cui una da assegnare mediante una procedura di gara.

300. Va inoltre ricordato che, nell'ambito del procedimento per la definizione delle piattaforme emergenti (conclusosi con delibera n. 665/09/CONS), il DVB-H è stato definito emergente, in considerazione del basso livello di penetrazione – in termini di utenti – e di una incidenza marginale nell'ambito del mercato delle offerte televisive a pagamento, suscettibile di determinare anche una certa incertezza nei modelli di business degli operatori.
301. Ciò nonostante, nella medesima sede è stato tuttavia considerato che "L'analisi effettuata ha mostrato come tale standard trasmissivo, seppur caratterizzato da una tecnologia ormai consolidata, potrebbe comunque conoscere un nuovo fermento in termini economici".
302. Tale affermazione appare ulteriormente avvalorata dal quadro regolamentare recentemente implementato che, nel rendere disponibili ulteriori risorse, appare idoneo a consentire l'instaurazione di un contesto di mercato aperto anche all'ingresso di nuovi operatori.
303. In ragione di quanto esposto, il secondo criterio si può ritenere non soddisfatto.
304. Poiché la Raccomandazione prevede che i tre criteri debbano risultare soddisfatti cumulativamente, l'Autorità non ritiene necessario svolgere l'analisi del terzo criterio per concludere che il mercato in esame non sia suscettibile di regolamentazione *ex ante*.

iii) Mercato nazionale dei servizi di diffusione radiofonica su rete terrestre

Primo criterio - <u>La presenza di forti ostacoli non transitori all'accesso</u>

305. Come riscontrato in relazione al mercato nazionale dei servizi di diffusione televisiva su reti terrestri, anche nel mercato radiofonico il principale ostacolo all'entrata di un nuovo operatore è rappresentato dalla disponibilità di frequenze allocate per la trasmissione dei servizi radiofonici.
306. Tuttavia, il mercato in oggetto presenta una distribuzione di risorse più omogenea, come testimoniato dalla presenza di un numero non esiguo di operatori con quote di mercato analoghe.
307. Anche rispetto alle conclusioni raggiunte nell'ambito della delibera n. 544/07/CONS, ove non erano state riscontrate, nel mercato dei servizi radiofonici, posizioni di dominanza singola o congiunta, le informazioni e i dati acquisiti nell'ambito del presente procedimento non hanno mostrato significativi scostamenti.
308. In ragione di quanto esposto, il primo criterio si può ritenere non soddisfatto.
309. Poiché la Raccomandazione prevede che i tre criteri debbano risultare soddisfatti cumulativamente, l'Autorità non ritiene necessario svolgere l'analisi del secondo e del terzo criterio per concludere che il mercato in esame non sia suscettibile di regolamentazione *ex ante*.

iv) Mercato locale dei servizi di diffusione televisiva su reti terrestri

Primo criterio - La presenza di forti ostacoli non transitori all'accesso

310. Il mercato locale dei servizi di diffusione televisiva su reti terrestri risulta tuttora estremamente frammentato e caratterizzato da una certa contendibilità. Come già osservato nella precedente analisi di mercato, la scarsità di risorse frequenziali assume infatti un peso minore a livello locale, anche in considerazione del fatto che l'installazione e la gestione di una rete locale richiede minori costi.
311. Per tale motivo, non si ritiene esistano ostacoli non transitori all'accesso al mercato e, pertanto, il primo criterio non risulta soddisfatto.
312. Poiché la Raccomandazione prevede che i tre criteri debbano risultare soddisfatti cumulativamente, l'Autorità non ritiene necessario svolgere l'analisi degli altri due criteri per concludere che il mercato in esame non sia suscettibile di regolamentazione *ex ante*.

v) Mercato locale dei servizi di diffusione radiofonica su rete terrestre

Primo criterio - La presenza di forti ostacoli non transitori all'accesso

313. Anche per tale mercato possono essere confermate le conclusioni già raggiunte nell'ambito della delibera n. 544/07/CONS. Infatti, per operare nel mercato dei servizi di diffusione radiofonica su rete terrestre in ambito locale talvolta è sufficiente l'utilizzo di un solo impianto di trasmissione. Le barriere all'ingresso sono limitate anche dalla circostanza che l'installazione e la gestione di una rete locale richiede minori costi di gestione e coordinamento.
314. Non si ritiene quindi che esistano ostacoli non transitori all'accesso al mercato e, pertanto, il primo criterio non risulta soddisfatto.
315. Poiché la Raccomandazione prevede che i tre criteri debbano risultare soddisfatti cumulativamente, l'Autorità non ritiene necessario svolgere l'analisi degli altri due criteri per concludere che il mercato in esame non sia suscettibile di regolamentazione *ex ante*.

3.3. Conclusioni sull'applicazione del test dei tre criteri

316. L'analisi svolta ha mostrato che nessuno dei mercati nei quali si articolano i servizi di diffusione radiotelevisiva in Italia soddisfa cumulativamente i tre criteri previsti dalla Raccomandazione del 2007.
317. Pertanto, il mercato dei servizi di diffusione radiotelevisiva per la trasmissione di contenuti agli utenti finali non risulta suscettibile di una regolamentazione *ex ante*.

D8. Si condivide l'orientamento dell'Autorità in merito ai risultati del test dei tre criteri?

OSSERVAZIONI DEGLI OPERATORI

D8.1 **TELECOM ITALIA** ha condiviso la posizione dell'Autorità di non sottoporre il mercato dei servizi diffusivi radiotelevisivi via reti di telecomunicazioni fisse al triplo test, tenuto conto dell'attuale regolamentazione dell'accesso alla rete fissa e della natura di piattaforma emergente della rete IPTV. Allo stesso modo, ha condiviso gli esiti del test dei tre criteri condotto dall'Autorità sul mercato nazionale dei servizi di diffusione televisiva su rete terrestre in tecnica DVB-H, sul mercato nazionale dei servizi di diffusione radiofonica su rete terrestre e sul mercato locale dei servizi di diffusione radiofonica su rete terrestre; diversamente, Telecom Italia non ha concordato con le valutazioni dell'Autorità circa l'esito del triplo test condotto sul mercato nazionale dei servizi diffusivi del segnale televisivo su reti terrestri con riferimento, in particolare, al mancato superamento del secondo criterio.

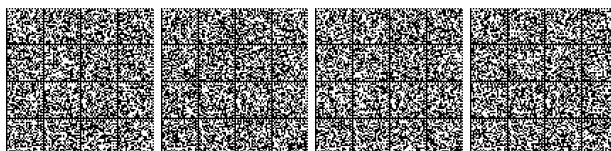
D8.2 Sullo stesso punto, anche **TELECOM ITALIA MEDIA** e **WIND**, pur concordando con le considerazioni dell'Autorità circa il superamento del primo criterio nel mercato dei servizi di diffusione televisiva su reti terrestri, in ragione della forte disomogeneità nella distribuzione delle risorse frequenziali e del vantaggio strategico derivante dalla disponibilità di impianti, non hanno condiviso le conclusioni raggiunte circa il secondo criterio. Telecom Italia Media ha sostenuto, da un lato, che le stesse argomentazioni utilizzate per dimostrare il mancato superamento del secondo criterio sono "*riferibili agli stessi ambiti per i quali...* [l'Autorità] *ha individuato barriere non transitorie all'accesso*". Dall'altro, ha ritenuto che una corretta analisi della effettiva apertura delle reti a fornitori indipendenti avrebbe mostrato che gli operatori incumbent (Mediaset in particolare) continuano ad utilizzare non solo la capacità trasmissiva disponibile sulle proprie reti, ma anche quella resa disponibile da altri operatori di rete minori, per veicolare in prevalenza i propri contenuti. Anche la procedura di assegnazione del *digital dividend*, con particolare riferimento ai criteri per l'aggiudicazione delle frequenze, fra i quali la presentazione di piani editoriali vincolanti, tenderebbe a rafforzare, secondo Telecom Italia Media, la tendenza all'integrazione verticale e, infine, il pericolo di un trascinamento e consolidamento delle posizioni di dominanza congiunta dal segmento delle reti analogiche a quello delle reti digitali. Sul punto, Telecom Italia Media ha rilevato come la propria posizione di mercato sia stata erroneamente assimilata a quella degli operatori incumbent, anche nella previsione di misure asimmetriche, mentre un soggetto come Sky figurerebbe come nuovo entrante.

D8.3 Wind ha osservato come il fatto che la quota principale di tali ricavi sia costituita dall'autoproduzione concorra a dimostrare la posizione di assoluto rilievo degli operatori incumbent, che deriva anche dalla loro integrazione verticale. Wind ha inoltre sottolineato l'esistenza di criticità nel mercato dei servizi di diffusione radiotelevisiva via reti di telecomunicazioni fisse, sia per quanto riguarda l'accesso alla rete in rame sia l'accesso ai contenuti, che rischiano di pregiudicarne lo sviluppo e la competizione fra piattaforme distributive.

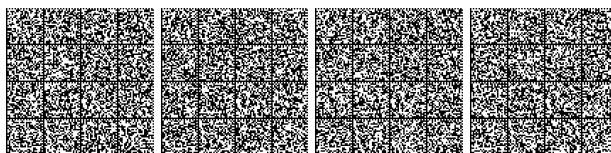
D8.4 **SKY** ha concordato con Autorità circa l'esclusione del mercato dei servizi di diffusione radiotelevisiva via satellite dal test dei tre criteri, in considerazione del carattere transazionale degli stessi, e ha altresì condiviso la necessità di sottoporre il mercato nazionale dei servizi di diffusione televisiva su reti terrestri al triplo test. A tale ultimo proposito, l'operatore ha rilevato la sussistenza di barriere all'entrata di natura non transitoria in quest'ultimo mercato, tenuto anche conto della disciplina nazionale in materia di assegnazione dei diritti d'uso delle frequenze, che ha tradizionalmente privilegiato gli operatori incumbent. Sky non ha condiviso, quindi, le conclusioni raggiunte dall'Autorità circa il mancato superamento del secondo criterio. Sul punto, Sky ha ritenuto gli interventi regolamentari recentemente emanati inidonei a consentire lo sviluppo di condizioni concorrenziali effettive nel mercato considerato. A detta di Sky, l'analisi dell'Autorità non avrebbe tenuto nel debito conto le risultanze istruttorie, che hanno mostrato una significativa concentrazione delle risorse disponibili in capo a RAI e Mediaset. In secondo luogo, Sky ha evidenziato come gli interventi regolamentari di recente adozione richiamati dall'Autorità a sostegno del proprio orientamento (quali ad esempio le delibera sulla cessione del 40% della capacità trasmissiva) non abbiano prodotto, in alcuni casi, alcun effetto positivo sul livello di concorrenza nel mercato e, in altri casi, non sono stati seguiti da interventi di regolazione finalizzati a dare loro una concreta attuazione. Riguardo alla procedura di gara per l'assegnazione del dividendo digitale, Sky ha rilevato, da un lato, la presenza di regole ancora da definire e, dall'altro, alcune criticità connesse alle misure, anche asimmetriche, previste dalle delibere emanate in materia, nonché l'assenza di trasparenza circa le caratteristiche delle frequenze messe in gara. Con riferimento alla delibera 300/10/CONS, l'operatore ha ritenuto che la mera approvazione di tale provvedimento di carattere generale non garantisca lo sviluppo di condizioni favorevoli alla concorrenza in assenza di interventi regolamentari *ad hoc* che consentano di produrre un effetto utile della stessa. Da ultimo, Sky ha rilevato come anche altri interventi recentemente emanati dall'Autorità, con particolare riguardo alle attività istruttorie connesse alla creazione della società Tivù S.r.l., abbiano consolidato ulteriormente le posizioni di vantaggio degli incumbent ex analogici.

D8.5 **MEDIASET** ha concordato con l'esito dell'analisi dell'Autorità in merito al mancato superamento del secondo criterio, mentre ritiene che gli sviluppi regolatori e di mercato intervenuti nel contesto dei servizi diffusivi televisivi su rete terrestre abbiano comportato una riduzione delle barriere all'entrata tanto da suscitare perplessità in merito al superamento del primo criterio.

VALUTAZIONI DELL'AUTORITÀ

D8.6 In via preliminare, l'Autorità rileva come alcune delle problematiche evidenziate dagli operatori esulino dal perimetro della presente analisi e possano trovare migliore definizione in sedi più opportune. A titolo esemplificativo, l'esistenza di criticità nell'accesso alla rete in rame e ai contenuti, evidenziata da Wind, è stata considerata

nell'ambito della regolamentazione dei mercati dell'accesso di cui alla delibera n. 314/09/CONS nonché, in parte, nel procedimento sull'individuazione delle piattaforme emergenti ai fini della commercializzazione dei diritti audiovisivi sportivi concluso con delibera n. 665/09/CONS. Allo stesso modo, nell'ambito della valutazione inerente il superamento o meno del secondo criterio nel mercato dei servizi di diffusione televisiva su reti terrestri, alcune osservazioni, quali quella avanzata da Telecom Italia Media sulla "qualità" delle frequenze assegnate sembrano attenere, più in generale, a problematiche inerenti la gestione dello spettro frequenziale. In questa sede, l'Autorità prende quindi atto dei rilievi degli operatori attinenti altri ambiti di attività rispetto a quello oggetto della presente analisi, quali quelli formulati da Sky, sempre con riferimento alla gestione dello spettro, che dovranno essere compiutamente formulati e che quindi saranno considerati dall'Autorità nelle sedi opportune.

D8.7 La maggior parte delle considerazioni espresse si sono attestate sulla valutazione effettuata in merito al secondo criterio nel mercato dei servizi di diffusione televisiva su reti terrestri. In tale contesto, sono state avanzate alcune critiche specifiche. In particolare, riguardo al rilievo, espresso da Telecom Italia, per cui le stesse argomentazioni utilizzate per dimostrare il mancato superamento del secondo criterio sono "*riferibili agli stessi ambiti per i quali... [l'Autorità] ha individuato barriere non transitorie all'accesso*", l'Autorità evidenzia che mentre nel primo criterio la valutazione è statica e riferita essenzialmente all'orizzonte temporale presente, il secondo criterio adotta una visione prospettica, nella quale vanno considerati, secondo la Commissione, alcuni indicatori di riferimento, fra i quali gli ostacoli all'accesso in assenza di regolamentazione. Questi ultimi vanno quindi analizzati, nell'ambito del triplo test, sia in una prospettiva statica (nel primo criterio) sia in un prospettiva dinamica (secondo criterio), ben potendo condurre, nei due diversi orizzonti temporali di riferimento, ad un esito differente. In tale contesto, l'evoluzione del quadro normativo e regolamentare rappresenta un fattore di indubbia valenza al fine di determinare la possibilità che nel mercato si sviluppino, con il passare del tempo, condizioni di concorrenza effettiva.

D8.8 Per quel che concerne l'analisi svolta dall'Autorità in merito al secondo criterio, l'Autorità condivide le preoccupazioni avanzate da qualche operatore circa il vantaggio strategico di cui godono gli operatori verticalmente integrati (con particolare riferimento a RAI e Mediaset), suscettibile di determinare la costituzione di posizioni di rilievo anche sul digitale. Tale settore appare tuttavia caratterizzato, allo stato, da un elevato dinamismo e dall'assenza di posizioni consolidate, con l'ingresso di nuovi operatori che si ripercuote e si ripercuoterà inevitabilmente sui ricavi degli operatori e quindi sulla struttura di mercato. Infatti, come evidenziato a pag. 70 della delibera n. 395/10/CONS, un'analisi prospettica, come quella relativa al secondo criterio, deve considerare il processo di transizione in atto e gli effetti a questo connessi entro l'orizzonte di riferimento del presente procedimento. Il processo di *switch-off* in corso determina una certa variabilità delle posizioni degli operatori, i cui asset trasmissivi, in termini di

infrastrutture disponibili, devono essere valutati a valle del processo di razionalizzazione e allocazione del patrimonio frequenziale.

D8.9 In tale contesto, non può quindi essere trascurata, per le evidenti ricadute, la portata del quadro normativo e regolamentare in corso di implementazione e la capacità che questo conduca all'instaurarsi di un contesto competitivo.
Come richiamato nel testo in consultazione (cfr. pag. 75 della delibera n. 395/10/CONS) la stessa Commissione ha valutato positivamente le misure individuate dall'Autorità, ritenendo le stesse idonee a superare le censure mosse alla legislazione italiana con la procedura di infrazione n. 2005/5086, valutando gli interventi assunti come in grado di assicurare l'effettiva creazione di un assetto di mercato maggiormente competitivo, aperto all'ingresso di nuovi operatori.
Anche nella decisione di revisione degli impegni assunti da Sky nell'ambito della concentrazione Newscorp/Telepiù (caso M.2876), del 20 luglio 2010, la Commissione, dopo aver ricordato l'evoluzione del digitale terrestre dal 2003 ad oggi, in termini di penetrazione e audience raggiunta, ha evidenziato la disponibilità di capacità trasmissiva anche per operatori terzi nuovi entranti (Dahlia).
In tale contesto, la Commissione ha analizzato gli effetti connessi all'emanazione della delibera n. 181/09/CONS, evidenziando come la gara per l'assegnazione dei multiplex disciplinata dalla delibera stessa miri all'ingresso di nuovi operatori ossia consenta a quelli minori di espandere la propria presenza sul digitale, rispondendo in tal modo alle censure espresse dalla Commissione nell'ambito della procedura di infrazione n. 2005/5086, con particolare riguardo alla possibilità che la posizione detenuta dagli operatori incumbent nell'analogico fosse trasferita nel digitale[65].

D8.10 La stessa Commissione ha ricordato come la situazione italiana sia stata caratterizzata, per anni, da una inefficiente distribuzione delle risorse e dall'occupazione dello spettro disponibile. Secondo la Commissione, la gara di cui alla delibera n. 181/09/CONS permetterà l'entrata nel digitale terrestre in maniera pianificata, sulla base di regole definite, scongiurando il ripetersi di situazioni come quella di Centro Europa 7. Proprio a questo ultimo riguardo, si rammenta che proprio l'intervento regolamentare ha finalmente permesso l'ingresso di quest'ultimo operatore con un multiplex nazionale. Tale circostanza dimostra il progressivo abbassamento delle precedenti barriere all'ingresso e l'apertura del mercato a nuovi operatori.

---

[65] "*The tender aims at allowing smaller existing broadcasters to expand and newcomers to enter the DTT, addressing also in this way the Commission's concerns expressed in the context of the infringement procedure N. 2005/5086 against Italy, which is based on the assumption that RAI and Mediaset (and, to a lesser extent, Telecom Italia) have a strong position in the analogue infrastructure market (frequencies and transmission sites) and that there is a risk of transfer of such position into the digital infrastructure market*". Decisione della Commissione, punto 53.

La Commissione ha infatti ribadito in più punti della decisione succitata come la partecipazione al beauty contest rappresenti un'occasione unica per i soggetti che non sono attivi, o lo sono in maniera minore, sul digitale terrestre, di operare su tale piattaforma ossia di espandere la propria presenza in modo da incrementare la possibilità di competere con gli operatori incumbent[66].
Come riconosciuto dalla Commissione stessa, quindi, le disposizioni contenute nella delibera n. 181/09/CONS sono atte a consentire l'instaurarsi di un contesto maggiormente competitivo non solo nella gestione delle frequenze, ma anche nell'offerta di servizi di accesso alle infrastrutture e nell'offerta di capacità trasmissiva ai fornitori di contenuti terzi.

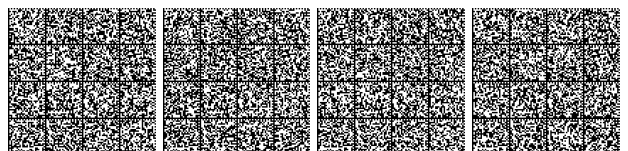
D8.11 L'idoneità della procedura in esame a permettere l'ingresso di nuovi operatori è avvalorata proprio dall'esperienza di Sky, che ha chiesto la revisione degli impegni assunti nell'ambito della concentrazione Newscorp/Telepiù (in particolare della Clausola 9.1 relativa all'impegno a non operare nelle reti DTT), individuando nella gara di cui alla delibera n. 181/09/CONS un'importante opportunità di ingresso nel mercato del broadcasting digitale[67].

D8.12 Ciò premesso, l'Autorità ritiene di confermare la valutazione, espressa nel documento in consultazione, circa l'idoneità del quadro regolamentare di recente emanazione a creare le premesse per un contesto maggiormente concorrenziale, tenuto anche conto del maggiore dinamismo che il passaggio al digitale ha già determinato, con l'ingresso di nuovi operatori, ed è soprattutto suscettibile di determinare nel periodo di riferimento della presente analisi di mercato.

D8.13 Peraltro, come evidenziato a pag. 19 del documento in consultazione, la delibera n. 181/09/CONS è stata recepita nell'art. 45 della legge comunitaria del 2008, n. 88 del 2009, la quale ha modificato l'art. 8 novies della legge n. 101 del 2008, che recita ora: "*I diritti di uso delle frequenze per l'esercizio delle reti televisive digitali saranno assegnati in conformità ai criteri di cui alla deliberazione n. 181/09/CONS*

---

[66] "*Participating in the tender is therefore a unique, and probably the last, opportunity for any operator who has a negligible, or non existent presence, on DTT to effectively enter the DTT platform. By having digital terrestrial frequencies assigned to it, a new network operator, or a smaller existing one, can build, or reinforce, its own DTT network infrastructure [...] Also, by obtaining and managing the DTT frequencies directly, smaller existing broadcaster would have a chance to expand their DTT network infrastructure, enhance their digital transmission capacity and enlarge their territorial reach, thereby increasing their chances of competing more effectively with the incumbents. To conclude, participation in the upcoming tender by newcomers and smaller operators should allow them to operate the frequencies effectively and to provide access to the infrastructure and transmission capacity to third party content providers, in competition with the existing vertically integrated incumbent operators.*" Decisione della Commissione, punto 57.

[67] Nella Decisione si legge infatti: "*Sky Italia, in particolar, requested that the Commission waives or reviews Clause 9.1 of the Committments so as to allow it to partecipate in the upcoming tender for the allocation of the new DTT frequencies in Italy*" (punto 25).

dell'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni, del 7 aprile 2009, pubblicata nella Gazzetta Ufficiale n. 99 del 30 aprile, nel rispetto dei principi stabiliti dal diritto comunitario, basati su criteri obiettivi, proporzionati, trasparenti e non discriminatori".
I criteri descritti sono stati quindi trasposti in una norma nazionale, che ne rafforza la valenza e ne assicura ulteriormente il rispetto.

D8.14 Tali circostanze non possono che far propendere per il mancato superamento del secondo criterio del triplo test nel caso del mercato del broadcasting terrestre.
In ogni caso, come evidenziato a pag. 76 della delibera n. 395/10/CONS in consultazione, l'Autorità ribadisce altresì che le preoccupazioni di ordine concorrenziale avanzate dagli operatori potranno essere attenuate solo a valle delle gare sul dividendo del digitale, nel rispetto di quanto previsto dalla delibera n. 300/10/CONS. Al riguardo, l'Autorità conferma il proprio impegno a svolgere un'attività di controllo e monitoraggio sull'effettiva attuazione e rispetto delle misure descritte, tenendo nel debito conto le osservazioni prodotte dagli operatori anche in questa sede.

D8.15 L'Autorità conferma altresì la propria posizione circa le risultanze del triplo test sugli altri mercati individuati.

4. OBBLIGHI REGOLAMENTARI ESISTENTI

318. Come già evidenziato (cfr. cap. 1.2), nell'ambito della delibera n. 159/08/CONS, l'Autorità ha ritenuto di imporre a RAI e RTI obblighi in materia di: accesso; uso di determinate risorse di rete; trasparenza; non discriminazione e separazione contabile, in merito ai quali ha monitorato la pubblicazione, da parte delle predette società, di un'Offerta di riferimento per i servizi di accesso alle proprie infrastrutture.
319. L'importanza di garantire l'accesso ai siti è stata ribadita nell'ambito della delibera n. 181/09/CONS, che ha infatti stabilito, per facilitare la realizzazione delle reti trasmissive digitali terrestri da parte degli operatori nuovi entranti e rendere effettivo lo sviluppo in tempi ragionevoli di dette reti, l'obbligo di offerta di servizi di trasmissione a prezzi orientati ai costi da parte degli operatori esistenti che già dispongono di reti di estesa copertura sul territorio nazionale.
320. Nel corso del procedimento, l'Autorità ha continuato ad effettuare l'attività di monitoraggio circa l'adempimento, da parte di RAI ed RTI, degli obblighi richiamati. Dalle informazioni ricevute, è emerso che le due società hanno continuato a concludere accordi aventi ad oggetto l'accesso alle proprie infrastrutture. Ciò ha consentito ad operatori minori o nuovi entranti (Centro Europa 7) di disporre delle infrastrutture necessarie per operare nel mercato.
321. Ai sensi della normativa vigente, quando i tre criteri del triplo test non sono cumulativamente soddisfatti, il mercato in esame non dovrebbe essere considerato come possibile oggetto di regolamentazione *ex ante*.
322. Tuttavia, va considerato come l'attuale processo di transizione dall'analogico al digitale non sia comunque scevro da problematiche e sia necessario, pertanto, assicurare la necessaria tutela e il massimo rispetto delle prescrizioni regolamentari recentemente adottate.
323. In tale contesto, come è stato sottolineato più volte, si pone infatti l'esigenza che il passaggio al digitale non si traduca in un "travaso" delle posizioni di forza attualmente presenti nell'analogico nel digitale, ma rappresenti l'occasione per l'affermarsi anche di operatori minori, così come auspicato in sede di emanazione della delibera n. 181/09/CONS.
324. Nell'attuale fase di transizione, appare quindi necessario continuare a garantire la sussistenza dell'obbligo di accesso ai siti analogici, al fine di assicurare una maggiore tutela agli operatori minori e nuovi entranti e il pieno dispiegarsi degli effetti positivi connessi a tale misura.
325. Pertanto, si rende necessario che gli obblighi imposti nella precedente analisi di mercato succitati siano mantenuti sino al completamento dello *switch-off*. Ciò in modo da garantire una continuità anche temporale tra gli obblighi imposti nell'analogico ai sensi della delibera n. 159/08/CONS e quelli previsti nel digitale dalla delibera n. 181/09/CONS.

OSSERVAZIONI DEGLI OPERATORI

WIND ha concordato con la proposta dell'Autorità di prorogare gli obblighi attualmente in capo a RAI e RTI fino al completamento dello *switch-off.*

MEDIASET, invece, non ha ritenuto condivisibile il mantenimento degli obblighi imposti ad RTI con la delibera n. 159/08/CONS, in quanto, da un lato, non vi sarebbero i presupposti giuridici per prorogare misure imposte su un mercato non più esistente (servizi di diffusione televisiva su rete terrestri in tecnica analogica) ovvero su un mercato più ampio "*ove tale (preesistente) mercato è ormai ricompreso*", che non supera il triplo test. Dall'altro, Mediaset ha evidenziato come, nel contesto attuale, gli obiettivi sottesi alle misure *ex ante* di regolazione delle reti analogiche possano essere considerati anacronistici, stante il ruolo del tutto residuale della tecnologia analogica e la considerazione che la titolarità di una rete analogica non è, in alcun modo, condizione di accesso al mercato dei servizi di diffusione televisiva su reti terrestri in tecnica digitale. Inoltre, la rimozione della misura non ha di per sé conseguenze sui contratti già stipulati che continuerebbero a produrre effetti fino alla loro naturale scadenza. Mediaset ha sostenuto che l'ipotesi di nuovi entranti nel settore analogico non appare verosimile e che eventuali necessità di tutela degli operatori minori sono già state assolte nel periodo precedente. Infine, con riferimento all'esigenza di assicurare una continuità fra gli obblighi imposti dalla delibera 159/08/CONS e quelli previsti dalla delibera n. 181/10/CONS, l'operatore ha evidenziato la diversa natura e fondamento normativo delle previsioni presenti nelle delibere e ha rilevato che l'eventuale bisogno di continuità potrà, comunque, essere assicurato dalla persistente esecuzione dei rapporti contrattuali in essere.

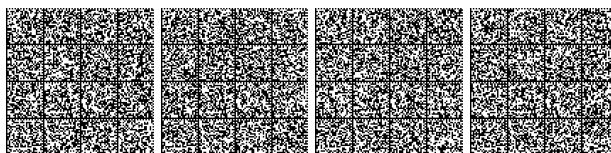
Ad avviso di SKY l'Autorità, pur non avendo analizzato gli effetti prodotti sul mercato dall'applicazione della delibera n. 159/08/CONS, avrebbe comunque deciso di prorogare le misure di cui alla delibera succitata solo nel segmento analogico, in contrasto con la valutazione *ex ante* effettuata per tutto il settore terrestre.

VALUTAZIONI DELL'AUTORITÀ

Contrariamente a quanto affermato da SKY, l'Autorità, come evidenziato nel documento messo in consultazione (pag. 80, punto 320), dopo aver verificato l'ottemperanza di RAI e Mediaset all'obbligo di pubblicazione dell'offerta di riferimento stabilito nella delibera n. 159/08/CONS, ha monitorato l'effettiva attuazione, da parte delle due società, dell'obbligo di accesso alle proprie infrastrutture di cui alla delibera succitata. In tale contesto, l'Autorità, quindi, ha accertato che entrambe le società hanno consentito ad operatori terzi di accedere ai propri siti.
Con riferimento alla critica mossa da Sky circa il fatto che l'Autorità avrebbe deciso di proporre la proroga per il solo segmento analogico, si evidenzia che la proroga delle misure imposte dalla delibera n. 159/08/CONS è di per sé limitata al segmento analogico. Per quanto riguarda la previsione di una misura analoga per il digitale,

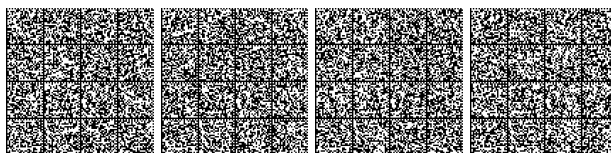
l'Autorità rimanda alle pagg. 18, 75 e 80 della delibera n. 395/10/CONS, ove è chiarito che la medesima misura è stata prevista dalla delibera n. 181/09/CONS con riferimento alle infrastrutture digitali per un periodo di 5 anni. D'altra parte, un'estensione di detti obblighi al digitale non sarebbe stata possibile nell'ambito del presente procedimento, stante le conclusioni raggiunte.
In relazione all'assenza, sollevata da Mediaset, dei presupposti giuridici per il mantenimento delle misure imposte nell'ambito della delibera n. 159/08/CONS, l'Autorità evidenzia che, sebbene il quadro normativo e regolamentare di riferimento imponga la rimozione degli obblighi nel caso in cui un mercato non superi il triplo test e, pertanto, non sia più soggetto a regolamentazione, è stata riconosciuta, a livello europeo, la necessità che, in alcuni casi, la rimozione degli obblighi non sia tempestiva, ma si accompagni ad un periodo transitorio atto a permettere la transizione verso un regime concorrenziale.
Nell'Explanatory note della Commissione del 2007, si è evidenziato come alcuni interventi regolatori, come gli obblighi in materia di accesso, siano necessari al fine di rimediare ai fallimenti di mercato e non possano essere imposti applicando solo il diritto della concorrenza[68].
La necessità di mantenere in vigore, per un certo periodo di tempo, gli obblighi precedentemente imposti è stata sottolineata anche dall'ERG (ora BEREC) nel "*ERG Report on transition from sector-specific regulation to competition law*" dell'ottobre 2009, ove tale gruppo ha evidenziato come il passaggio da un regime regolatorio ad uno concorrenziale implichi sovente un periodo di transizione necessario per permettere, proprio nel caso di accordi in materia di accesso, agli operatori che intrattengono rapporti commerciali con gli incumbent ex SMP, di gestire i contratti in essere ossia trovare altre fonti di approvvigionamento (cfr. pag. 12 del documento). Per tale motivo, la Direttiva quadro 2002/21/CE ha previsto, all'art. 16, che la rimozione degli obblighi sia comunicata alle parti interessate con un congruo preavviso[69]. Tale norma viene anzi interpretata in modo estensivo nel documento dell'ERG, ove si legge che "*Article 16 (3) of the Framework Directive allows NRAs, which have found that a previously regulated market has become effectively competitive, to keep remedies in place for a transitory period in order to ensure a smooth transition from a regulated regime to an unregulated situation*" (pag. 21).
Per i motivi evidenziati, nel documento dell'ERG è quindi espressamente prevista la possibilità di mantenere in vigore gli obblighi esistenti che abbiano un certo impatto sugli operatori alternativi[70]. Sul punto, il documento richiama altresì alcuni casi, previsti

---

[68] Sezione 2.2 (iii) dell'Explanatory Note.
[69] Peraltro, nel documento dell'ERG tale norma viene interpretata come segue: "*Article 16 (3) of the Framework Directive allows NRAs, which have found that a previously regulated market has become effectively competitive, to keep remedies in place for a transitory period in order to ensure a smooth transition from a regulated regime to an unregulated situation*".
70 "*Depending on the circumstances, it may be appropriate to maintain some of the existing obligations for a longer amount of time than other obligations having a lesser impact on alternative operators*" (pag. 14).

dalla Direttiva quadro, nei quali, a prescindere dall'esistenza di posizioni di SMP, è prevista la possibilità di imporre obblighi regolamentari, fra i quali quelli di co-locazione e condivisione delle infrastrutture (art. 12 della Direttiva).
Da ultimo, il Report ERG menziona numerosi casi in cui le autorità di regolamentazione europee hanno ritenuto opportuno mantenere in vigore gli obblighi esistenti anche nei mercati che non superavano più il triplo test[71]. Al riguardo, si ricorda che la stessa Autorità, nell'ambito della delibera n. 284/10/CONS, recante "*Identificazione e analisi dei mercati dei servizi telefonici locali, nazionali e fisso-mobile disponibili al pubblico e forniti in postazione fissa per clienti residenziali e non residenziali (mercati n. 3 e 5 fra quelli individuati dalla raccomandazione 2003/311/CE)*", ha ritenuto opportuno prevedere un periodo transitorio di 6 mesi per la rimozione di alcuni obblighi previamente imposti allo scopo di consentire agli operatori alternativi di adattarsi alla nuova situazione di assenza di regolamentazione *ex ante*.
In ragione di quanto evidenziato, l'Autorità ritiene che, nel caso di specie, sia opportuno mantenere in vigore gli obblighi sussistenti in capo a RAI e Mediaset, posto che le esigenze che hanno giustificato l'adozione delle medesime misure appaiono sussistenti proprio nell'attuale momento di transizione dell'analogico al digitale. Sul punto, l'Autorità, pur tenendo nel debito conto il fatto che le due società hanno ottemperato agli obblighi esistenti, rinnova la propria preoccupazione circa le problematiche connesse al processo di transizione dall'analogico al digitale, tale da giustificare il mantenimento degli obblighi esistenti. Peraltro, contrariamente a quanto evidenziato da Mediaset, ciò non è incompatibile con il processo di digitalizzazione in corso, posto che un operatore potrebbe comunque avere interesse ad accedere a talune infrastrutture analogiche, per coprire parti circoscritte del territorio, anche ai fini della successiva digitalizzazione degli impianti.
In conclusione, l'Autorità ribadisce la necessità di mantenere in vigore, nell'attuale fase di transizione, l'obbligo di accesso ai siti analogici, al fine di assicurare una maggiore tutela agli operatori minori e nuovi entranti e il pieno dispiegarsi degli effetti positivi connessi a tale misura.

Tutto ciò premesso e considerato

VISTA la lettera della Commissione europea SG-Greffe (2010) D/21368 del 22 dicembre 2010 relativa allo schema di provvedimento recante "Mercato dei servizi di diffusione radiotelevisiva per la trasmissione di contenuti agli utenti finali (mercato n.

71 Ad esempio OFCOM, nella propria "*Review of the wholesale broadband access markets*" di maggio 2008 ha mantenuto a carico di BT gli obblighi di accesso alla rete ai propri clienti per 12 mesi pur avendo deregolamentato il mercato delle centrali locali. Allo stesso modo, ANACOM ha mantenuto in vigore alcuni obblighi in un mercato ritenuto concorrenziale per 1 anno, prevedendo altresì un preavviso di 6 mesi per la rimozione di tali misure. Similmente, OPTA ha mantenuto in vigore un obbligo vigente nel mercato delle linee affittate per 9 mesi, ove non è stato individuato nessun operatore avente SMP. Cfr. Report ERG, pagg. 14 e 15.

18 fra quelli identificati dalla raccomandazione sui mercati rilevanti dei prodotti e dei servizi della Commissione europea)" adottato dall'Autorità in data 25 novembre 2010 e notificato alla Commissione Europea ed ai Paesi membri in data 26 novembre 2010;

CONSIDERATO che la Commissione europea non ha formulato alcuna osservazione in relazione allo schema di provvedimento notificato dall'Autorità e ha concluso che, secondo quanto stabilito dall'articolo 7, comma 5, della Direttiva 2002/21/CE, l'Autorità può adottare la decisione finale dovendo, in tal caso, comunicarla alla Commissione;

TENUTO CONTO che la Commissione ha specificato che la propria valutazione nel presente caso è formulata senza pregiudizio delle posizioni eventualmente assunte nella procedura di infrazione n.2005/5086 contro l'Italia, osservando altresì che gli sviluppi attesi relativi al quadro normativo e regolamentare nazionale dipendono anche dalla implementazione delle misure che la Commissione stessa ha comunicato nel contesto della procedura di infrazione;

VISTO il parere dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato (AGCM), pervenuto in data 21 dicembre 2010, relativo allo schema di provvedimento recante "Mercato dei servizi di diffusione radiotelevisiva per la trasmissione di contenuti agli utenti finali (mercato n. 18 fra quelli identificati dalla raccomandazione sui mercati rilevanti dei prodotti e dei servizi della Commissione europea)" adottato dall'Autorità in data 25 novembre 2010 e notificato alla Commissione Europea ed ai Paesi membri in data 26 novembre 2010;

CONSIDERATO che l'AGCM concorda con l'Autorità circa la definizione merceologica del mercato rilevante e dei sub-mercati nei quali questo è articolato, con riferimento all'individuazione di mercati rilevanti distinti per le diverse piattaforme trasmissive, quali quella terrestre, satellitare e delle reti di telecomunicazioni fisse, in ragione della limitata sostituibilità tra le piattaforme stesse sia dal lato della domanda sia dell'offerta;

CONSIDERATO che l'AGCM concorda altresì con l'Autorità circa l'identificazione, nell'ambito della piattaforma trasmissiva terrestre, di un mercato dei servizi diffusivi televisivi distinto da quelli radiofonici e comprendente sia le trasmissioni analogiche che quelle digitali, tenuto conto che la tecnica digitale sostituirà completamente, entro il 2012, la tecnica analogica nelle trasmissioni televisive terrestri;

CONSIDERATO che l'AGCM, in merito alla distinzione tra il mercato dei servizi di diffusione televisiva in tecnica DVB-H e il mercato dei servizi di diffusione televisiva su rete terrestre in tecnica DVB-T, condivide la posizione dell'Autorità, in ragione dell'assenza di sostituibilità dal lato dell'offerta, sostanzialmente riconducibile alle previsioni normative e regolamentari esistenti, auspicando che, qualora tali vincoli dovessero venire meno, comportando la sostituibilità fra le due tecniche, l'Autorità valuti le relative conseguenze sotto il profilo concorrenziale;

CONSIDERATO che l'AGCM, in relazione alla verifica del triplo test, condivide la conclusione dell'Autorità circa la non suscettibilità dei mercati rilevanti individuati ad una regolamentazione *ex ante*, concordando con l'analisi della struttura del mercato "*così come prospetticamente delineata dall'attuale quadro normativo e regolamentare*";

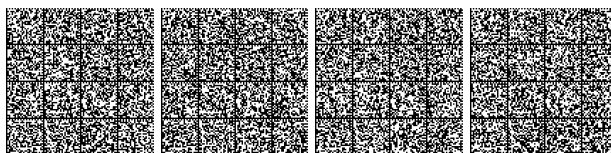
CONSIDERATO che l'AGCM, per quanto riguarda l'analisi condotta circa il superamento del secondo criterio nel mercato dei servizi di diffusione televisiva su reti terrestri, ha osservato che "*l'analisi del livello di integrazione verticale [...] dovrebbe essere integrata coerentemente con la prospettiva dinamica seguita nell'analisi della struttura del mercato [...] considerando in chiave prospettica gli assetti che verranno a prodursi al termine della digitalizzazione e a compimento delle previsioni normative e regolamentari di cui alle delibere n. 181/09/CONS, n. 300/10/CONS e n. 497/10/CONS*";

CONSIDERATO che l'AGCM, nel concordare in merito al mancato approfondimento sul triplo test in relazione al mercato dei servizi diffusivi su reti di telecomunicazioni fisse, ha ritenuto che, mentre l'esistenza degli obblighi regolamentari sull'accesso all'ingrosso alla rete fissa giustifica tale conclusione, la classificazione di una piattaforma come emergente ai sensi della delibera n. 665/09/CONS, come nel caso di specie, non può escluderla di per sé da una regolamentazione ex-ante, "*stante il diverso contesto normativo, nonché la diversa ratio e metodologia alla base di tale classificazione rispetto al quadro regolamentare comunitario delle comunicazioni elettroniche*";

RITENUTO di condividere gli auspici formulati dall'AGCM in relazione alla necessità di tenere conto, nelle successive analisi di mercato, dei mutamenti economici, di mercato, normativi e regolamentari che dovessero condurre ad una diversa definizione del mercato rilevante e dei mercati in cui esso è articolato, con particolare riferimento ai servizi di diffusione televisiva su rete terrestre in tecnica DVB-H;

RITENUTO che il livello di integrazione verticale degli operatori presenti sul mercato dei servizi di diffusione televisiva su reti terrestri, già adeguatamente analizzato nella presente analisi di mercato, potrà essere apprezzato compiutamente all'esito della gara per l'assegnazione del dividendo digitale;

RITENUTO che, analogamente a quanto previsto dal punto 7 della Raccomandazione del 2007 in relazione ai mercati emergenti, il carattere emergente di una piattaforma possa costituire un elemento atto a giustificare la prudenza nel sottoporre la stessa a una regolamentazione *ex ante*, in considerazione dell'incertezza che può connotare le condizioni di domanda e offerta in relazione ai servizi offerti sulla piattaforma stessa;

UDITA la relazione dei Commissari Gianluigi Magri e Stefano Mannoni, relatori ai sensi dell'art. 29 del Regolamento concernente l'organizzazione ed il funzionamento dell'Autorità;

DELIBERA

Art. 1
IDENTIFICAZIONE DEL MERCATO RILEVANTE

1. L'Autorità, all'interno del mercato dei servizi di diffusione radiotelevisiva per la trasmissione di contenuti agli utenti finali, individua i seguenti mercati rilevanti:

a) Mercato nazionale dei servizi di diffusione televisiva su reti terrestri;

b) Mercato nazionale dei servizi di diffusione televisiva su rete terrestre in tecnica DVB-H;

c) Mercato nazionale dei servizi di diffusione radiofonica su rete terrestre;

d) Mercato nazionale dei servizi di diffusione radiotelevisiva via reti di telecomunicazioni fisse;

e) Mercato transnazionale dei servizi di diffusione radiotelevisiva via satellite;

f) Mercato locale dei servizi di diffusione televisiva su reti terrestri;

g) Mercato locale dei servizi di diffusione radiofonica su rete terrestre.

Art. 2

SUSCETTIBILITÀ DEL MERCATO ALLA REGOLAMENTAZIONE EX ANTE

1. I mercati di cui all'art. 2, nei quali è articolato il mercato dei servizi di diffusione radiotelevisiva per la trasmissione di contenuti agli utenti finali, non sono suscettibili di regolamentazione ex-ante, non risultando soddisfatti i tre criteri di cui al punto 2 della Raccomandazione della Commissione europea 2007/879/CE.

Art. 3

PROROGA DEGLI OBBLIGHI

1. Sono prorogati, fino al 31 dicembre 2012, o comunque sino al completamento dello *switch-off*, gli obblighi in capo a RAI ed RTI di cui alla delibera n. 159/08/CONS.

La presente delibera è trasmessa alla Commissione europea ed alle Autorità di regolamentazione degli Stati membri dell'Unione europea.

Avverso il presente provvedimento può essere presentato ricorso al Tribunale amministrativo regionale del Lazio, entro sessanta giorni dalla data di comunicazione del provvedimento stesso (articoli 135, comma 1, lettera b), e 119, comma 2, del codice del processo amministrativo), ovvero può essere proposto ricorso straordinario al Presidente della Repubblica, ai sensi dell'articolo 8, comma 2, del decreto del Presidente della Repubblica 24 novembre 1971, n. 1199, entro il termine di centoventi giorni dalla data di comunicazione del provvedimento stesso.

La presente delibera è pubblicata nella *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica italiana, nel Bollettino Ufficiale e sul sito *web* dell'Autorità.

Napoli, 20 gennaio 2011

Il Presidente: CALABRÒ

I commissari relatori: MAGRI - MANNONI

11A02206

DELIBERAZIONE 20 gennaio 2011.

Approvazione della proposta di impegni presentata dalla Società H3G S.p.A., ai sensi della legge n. 248/2006, relativa al procedimento sanzonatorio n. 45/10/DIT. (Deliberazione n. 29/11/CONS).

L'AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI

Nella riunione del Consiglio del 20 gennaio 2011;

Vista la legge 14 novembre 1995, n. 481, «Norme per la concorrenza e la regolazione dei servizi di pubblica utilità. Istituzione delle Autorità di regolazione dei servizi di pubblica utilità»;

Vista la legge 31 luglio 1997, n. 249, «Istituzione dell'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni e norme sui sistemi delle telecomunicazioni e radiotelevisivo»;

Visto il decreto legislativo 1° agosto 2003, n. 259, recante «Codice delle comunicazioni elettroniche»;

Vista la legge 24 novembre 1981, n. 689, recante «Modifiche al sistema penale», e successive modifiche ed integrazioni;

Vista la delibera n. 136/06/CONS, ed il relativo allegato A, recante «Regolamento in materia di procedure sanzionatorie», e successive modifiche ed integrazioni;

Visto l'art. 14-*bis* del decreto-legge 4 luglio 2006, n. 223, convertito in legge 4 agosto 2006, n. 248, recante «Integrazione dei poteri dell'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni»;

Vista la delibera n. 130/08/CONS, recante «Riforma della delibera n. 54/08/CONS, a sua volta recante "Modifiche ed integrazioni al regolamento in materia di procedure sanzionatorie in attuazione dell'art. 14-*bis* del decreto-legge 4 luglio 2006, n. 223, convertito dalla legge 4 agosto 2006, n. 248, e del regolamento in materia di impegni di cui alla delibera n. 645/06/CONS"»;

Vista la delibera n. 131/08/CONS, recante «Modifiche al regolamento in materia di impegni di cui alla delibera n. 645/06/CONS»;

Vista la delibera n. 316/02/CONS, coordinata con le modifiche introdotte dalla delibera n. 506/05/CONS del 21 dicembre 2005 e successive integrazioni, recante «Regolamento concernente l'organizzazione ed il funzionamento dell'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni»;

Vista la delibera n. 25/07/CONS del 17 gennaio 2007 di «Attuazione della nuova organizzazione dell'Autorità: individuazione degli Uffici di II livello e modifiche ed integrazioni al Regolamento di organizzazione e funzionamento»;

Vista la delibera dell'Autorità n. 179/03/CSP, ed in particolare l'art. 7, comma 5, in forza del quale «Fatti salvi i casi di inadempimento da parte degli utenti, gli organismi di telecomunicazioni non pretendono da questi alcuna prestazione corrispettiva in caso di attivazioni o disattivazioni di linee o contratti o di forniture di beni o servizi da essi non richiesti e provvedono, a loro cura e spese, al ripristino delle condizioni tecniche e contrattuali pre-esistenti o al ritiro di detti beni. Tutti i costi, tra i quali quelli derivanti dal ripristino della precedente configurazione, sono a carico dell'operatore che ha disposto l'attivazione o la disattivazione della prestazione non richiesta dall'utente»;

Visto il verbale di accertamento n. 45/10 ed il relativo atto di contestazione n. 45/10/DIT del 9 agosto 2010, notificato in data 12 agosto 2010, con il quale è stato accertato che la Società H3G S.p.A., in violazione dell'art. 7, comma 5, della direttiva di cui alla delibera n. 179/03/CSP, con riferimento a ventisette utenti, ha addebitato in fattura somme relative a servizi per la cui attivazione non è stata comprovata l'acquisizione del consenso ovvero la validità dei contratti conclusi;

Visti gli atti e la relazione del responsabile del procedimento, le risultanze istruttorie e la documentazione richiamata nell'atto di contestazione e nel verbale di accertamento n. 45/10/DIT;

Viste la proposta preliminare di impegni presentata, ai sensi della legge n. 248/2006, in data 7 settembre 2010 dalla Società H3g S.p.A. e la proposta definitiva del 7 ottobre 2010;

Udita la Società nell'audizione dell'8 settembre 2010;

Visti tutti gli atti del procedimento di impegni, incardinati nel procedimento sanzionatorio n. 45/10/DIT;

Considerato quanto segue:

I. Proposta di impegni.

Con atto n. 45/10/DIT la Direzione tutela dei consumatori ha contestato alla Società H3G S.p.A. (di seguito anche «Società») la violazione dell'art. 7, comma 5, della delibera n. 179/03/CSP avendo accertato, con riferimento a ventisette segnalazioni di disconoscimento, l'addebito in fattura di somme relative a servizi per la cui attivazione non è stata comprovata l'acquisizione del consenso dell'intestatario dell'utenza ovvero la validità dei contratti conclusi.

A seguito della ricezione del suddetto atto di contestazione, la Società, con nota del 7 settembre 2010, ha presentato una proposta «preliminare» di impegni, successivamente illustrata nel corso dell'audizione dell'8 settembre 2010. Nella predetta circostanza la Direzione tutela dei consumatori ha richiesto alla H3G S.p.A. di chiarire alcuni profili inerenti la proposta; in particolare di precisare le modalità operative con cui si intendeva dare attuazione agli impegni, esortando, altresì, la predisposizione, anche per gli utenti consumer, di forme di comunicazione preventiva. In data 7 ottobre 2010 la Società ha presentato la proposta «definitiva» di impegni, acquisita con prot. n. 58593, che prevedono l'implementazione di una serie di misure, di seguito riportate, idonee ad arginare il fenomeno dei servizi non richiesti nonché a migliorare, nella tutela dell'utenza, l'efficienza della procedura di disconoscimento.

Impegno I: introduzione di un processo di raccolta certificata.

Introduzione, a partire dal mese di novembre 2010, di un innovativo meccanismo di raccolta obbligatoria, teso al reperimento ed alla conservazione centralizzata delle PDA dai dealer su tutto il territorio nazionale. Tale sistema è volto a garantire la tracciabilità della documentazio-

ne contrattuale in tutte le fasi di consegna e di trasporto, dalla rete di vendita alla sede centrale di raccolta e di conservazione. Ciò attraverso l'utilizzo di buste di sicurezza e l'apertura video-registrata delle stesse.

Contestualmente sarà introdotto un sistema per la verifica della qualità, sul 100% della documentazione consegnata, per accertarne la completezza ed individuare tempestivamente eventuali comportamenti illeciti o errori che possano aver viziato la singola fase negoziale.

La procedura di controllo verrà eseguita a valle della digitalizzazione del documento e consterà delle seguenti fasi di verifica:

presenza della firma del cliente sulla PDA;

presenza dei documenti richiesti per l'attivazione in funzione della tipologia di offerta (es. prepagato o postpagato) e del cliente (es. italiano o straniero);

presenza della copia di un valido documento di identità munito di fotografia, a testimonianza della corretta identificazione;

controllo sommario di corrispondenza tra la firma sul documento e quella sulla PDA;

Impegno II: introduzione scanner nei punti vendita.

Introduzione di sistemi di scansione nei punti vendita (circa 4.000) e l'installazione di un nuovo sistema di gestione documentale. Attraverso gli scanner sarà garantita un'acquisizione in tempo reale, su tutti i sistemi aziendali, della documentazione del cliente, mentre con il nuovo software di gestione sarà assicurata una maggiore sicurezza nelle procedure di identificazione del cliente, per l'attivazione del contratto. I controlli prevederanno:

coerenza tra documento acquisito e documento richiesto dal sistema di attivazione;

verifica della leggibilità della fotografia del documento di identità sottoposto a scansione;

compilazione di alcuni campi obbligatori sul contratto (firma del contratto, firma delle sezioni relative al trattamento dei dati personali e verifica che la relativa check box sua fleggata sul sistema di attivazione);

Tale processo, teso a ridurre al minimo eventuali attivazioni illecite o errate, comporterà un investimento diretto pari ad euro 5 milioni.

Impegno III: revisione dei processi di gestione dei disconoscimenti.

Miglioramento delle procedure di gestione dei disconoscimenti segnalati dai clienti e risoluzione tempestiva delle stesse mediante:

l'introduzione di un numero verde dedicato per le segnalazioni di disconoscimento e di una modulistica standard e semplificata;

il costante supporto alla clientela nel fornire le specifiche informazioni in merito alle relazioni con le Autorità giudiziarie e la denuncia per il disconoscimento;

il monitoraggio della tempestiva gestione delle attivazioni errate o mancate consegne di terminali e/o usim acquistate a distanza;

l'introduzione di un blocco automatico di emissione delle fatture in caso di disconoscimento;

la revisione dei clienti che hanno segnalato un disconoscimento prima dell'avvio dell'azione di recupero del credito.

Impegno IV: adozione di una welcome letter per tutta la nuova clientela abbonata.

Tutta la clientela in abbonamento, consumer e corporate, attivata a partire dal mese di marzo 2011 riceverà, in anticipo rispetto all'emissione della prima fattura, una welcome letter con la quale, oltre ad essere fornite tutte le informazioni commerciali relative all'offerta attivata, sarà indicato anche il numero verde da contattare in caso di disconoscimento. La lettera sarà inviata a mezzo posta prioritaria ed H3G S.p.A. darà prova dell'invio mediante le apposite distinte del vettore, incaricato alla consegna. Qualora il cliente contatti il centro deputato ai disconoscimenti, riceverà tempestivamente tutte le indicazioni utili per l'avvio della relativa procedura finalizzate all'interruzione della fatturazione ed allo storno del conto telefonico emesso, evitando qualsiasi onere indebito.

A seguito di una preliminare valutazione, anche di merito, il documento di impegni è stato presentato nel corso della seduta consiliare del 28 ottobre 2010, unitamente alla relazione del responsabile del procedimento, con proposta di approvazione e pubblicazione sul sito web dell'Autorità, ai sensi dell'art. 12-*bis* della delibera n. 136/06/CONS.

Il consiglio, nella citata data del 28 ottobre 2010, preso atto della non manifesta inammissibilità delle proposte presentate, ha consentito il prosieguo dell'istruttoria con la pubblicazione del documento, nella definitiva versione, avvenuta con provvedimento direttoriale n. 134/10/DIT del 3 novembre 2010.

A seguito della pubblicazione sul sito web del 15 novembre 2010 alcun operatore, nei regolari termini procedimentali, ha presentato osservazioni sulla proposta di impegni elaborata dalla Società H3G S.p.A.

II. Osservazioni della Società H3G S.p.A.

Con nota del 13 gennaio 2011 la Società H3G S.p.A. ha fornito ulteriori chiarimenti in merito agli impegni di cui al punto *iv)*, relativi all'invio della welcome letter.

In particolare, la Società ha precisato che a partire dal 20 febbraio 2011 sarà introdotto, per tutti i nuovi abbonati, un primo ciclo di elaborazione dei dati da parte del sistema di fatturazione di soli 10 giorni solari. Mediante tale mini ciclo di fatturazione sarà possibile inviare la welcome letter dopo pochi giorni dall'attivazione del servizio. I successivi cicli seguiranno le ordinarie tempistiche, generalmente bimestrali.

Nello specifico i tempi di invio della welcom letter seguiranno il seguente schema:

abbonati attivati dall'1 al 10 del mese X: welcome letter inviata con la mini fattura emessa il 20 del mese X;

abbonati attivati dall'11 al 20 del mese X: welcome letter inviata con la mini fattura emessa l'1 del mese X + 1;

abbonati attivati dal 21 al 30 del mese X: welcome letter inviata con la mini fattura emessa il 10 del mese X + 1;

La welcome letter sarà inviata inizialmente a tutti i clienti nuovi abbonati che sottoscrivono le offerte finanziamento e vendita a rate; a partire dal 23 maggio 2011 sarà applicata a tutti i nuovi abbonati, qualsiasi sia l'offerta o il piano tariffario sottoscritto.

III. Valutazioni conclusive dell'Autorità.

Tutte le iniziative prospettate dalla Società H3G S.p.A. sono apparse, a seguito di un'attenta analisi di merito, potenzialmente idonee a migliorare le condizioni concorrenziali nel mercato di riferimento, nella misura in cui possono contribuire, attraverso la predisposizione di una serie di interventi di natura organizzativa e gestionale, ad arginare il fenomeno delle attivazioni di servizi non richiesti. In considerazione, infatti, delle problematiche emerse dalle segnalazioni degli utenti, vengono implementati dei meccanismi che facilitano la corretta acquisizione della documentazione contrattuale e la regolare conservazione della stessa, nonché agevolano l'individuazione, da parte della Società, dell'agente che ha acquisito, legittimamente o meno, il cliente (punto I degli impegni). La predetta garanzia sarebbe ulteriormente ampliata con l'installazione degli scanner presso ciascun punto vendita presente sul territorio nazionale (punto II degli impegni). La necessità di avviare le citate implementazioni è stata avvertita maggiormente nei casi in cui il canale di attivazione del contratto disconosciuto risulta essere l'agente e/o il punto vendita. Orbene, la Società, nella elaborazione di misure pro concorrenziali, ha prestato particolare attenzione alle ipotesi in cui, nella fase contrattuale, sono state evidenziate condotte fraudolente o di illegittima acquisizione del consenso negoziale, riscontrabili, tra l'altro, nella maggior parte delle segnalazioni oggetto di contestazione.

Particolarmente rilevante è, altresì, l'introduzione di un blocco che automaticamente sospende l'emissione delle fatture verso il cliente che disconosce il servizio. Attraverso quest'ultima modalità infatti, da un lato è potenziata la gestione — preferenziale — dei casi di disconoscimento, rispetto alle altre ipotesi di reclamo; dall'altro è notevolmente ridotto il disagio del cliente nel ricevere più cicli di fatturazione ovvero nell'essere destinatario di un'azione di recupero del credito, pur non avendo sottoscritto alcun contratto o richiesto l'attivazione del servizio (punto III degli impegni).

Inoltre, giova considerare che la Società ha preso favorevolmente in considerazione l'invito dell'Autorità, espresso in sede di audizione, di implementare forme di comunicazione preventiva anche per i clienti consumer (punto IV degli impegni). In merito, la H3G S.p.A. ha predisposto l'invio, per tutta la nuova clientela in abbonamento, attivata a partire dal mese di marzo 2011, di una welcome letter che consentirebbe all'utente di anticipare il momento della segnalazione rispetto alla fruizione del servizio non richiesto, nonché alla Società la tempestiva gestione del disconoscimento. In particolare, come è stato dichiarato dalla H3G S.p.A. nella comunicazione del 13 gennaio 2011, il cliente dovrebbe ricevere la lettera dopo pochi giorni dall'attivazione. Tale modus operandi andrebbe ad intensificare l'efficienza della procedura di disconoscimento: da un lato, infatti, il cliente è posto nella condizione di prendere atto, tempestivamente, del vincolo contrattuale, senza dover attendere due mesi per ricevere il primo ciclo di fatturazione ovvero ricevere la comunicazione per l'azione di recupero del credito. Dall'altro, l'avvio della procedura verrebbe facilitata dal numero verde, indicato nella welcome letter e riservato alle sole segnalazioni di disconoscimento.

Le suindicate risultanze, nonché la circostanza che la Società, come dalla stessa dichiarato, ha già parzialmente avviato l'implementazione delle misure prospettate, oggettivamente finalizzate a migliorare la competitività del settore, connesse alla reale dimostrazione di voler favorire l'utenza, rendono positivamente valutabili le attività poste in essere dalla H3G S.p.A. e, dunque, conclusivamente accoglibile il documento di impegni nella versione definitiva del 7 ottobre 2010.

Ritenuto, in conclusione, che gli impegni definitivi presentati dalla Società H3G S.p.A. risultano positivamente valutabili in quanto rilevanti dal punto di vista del potenziale impatto sulle dinamiche nel mercato della telefonia, rispetto ad un miglioramento generale della condotta aziendale idoneo a favorire la tutela dell'utenza e la concorrenza tra gli operatori, eliminando ovvero ridimensionando notevolmente il fenomeno contestato;

Ritenuto, pertanto, di ordinare l'esecuzione e di disporre l'obbligatorietà dei suddetti impegni per la Società H3G S.p.A., ai sensi dell'art. 12-*ter*, comma 1, della delibera n. 136/06/CONS, in ragione dell'accertata meritevolezza rispetto ai fini previsti dalla vigente normativa, con conseguente effetto sospensivo del procedimento sanzionatorio n. 45/10/DIT fino alla verifica dell'effettivo adempimento degli impegni stessi;

Udita la relazione dei commissari Gianluigi Magri e Sebastiano Sortino, relatori ai sensi dell'art. 29 del Regolamento concernente l'organizzazione ed il funzionamento dell'Autorità;

Delibera:

1. Gli impegni definitivi presentati in data 7 ottobre 2010 dalla Società H3G S.p.A., ai sensi dell'art. 14-*bis* del decreto-legge 4 luglio 2006, n. 223, convertito dalla legge 4 agosto 2006, n. 248, sono approvati e resi obbligatori per la Società nei termini sopra descritti, ed allegati al presente provvedimento di cui costituiscono parte integrante e sostanziale.

2. L'Autorità esaminerà con cadenza periodica l'attuazione degli impegni.

3. Il procedimento sanzionatorio di cui all'atto di contestazione n. 45/10/DIT resta sospeso fino alla verifica dell'effettivo adempimento degli impegni.

4. H3G S.p.A. da esecuzione a quanto previsto dagli impegni, nel rispetto dei termini indicati nel testo allegato al presente provvedimento. I predetti termini decorrono dalla data di notifica del presente provvedimento alla Società.

5. Ai sensi dell'art. 12-*ter* della delibera n. 136/06/CONS, l'accertamento della mancata attuazione degli

impegni comporta, previa diffida, la revoca del provvedimento di approvazione degli impegni stessi, la sanzione ai sensi dell'art. 98 del decreto legislativo n. 259/2003 per l'inottemperanza all'ordine di esecuzione di cui al punto 4, e la ripresa del procedimento sanzionatorio per le violazioni precedentemente contestate.

6. La presente delibera è notificata alla Società H3G S.p.A. e pubblicata nella *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica italiana, sul sito web e sul Bollettino ufficiale dell'Autorità.

Napoli, 20 gennaio 2011

Il presidente: CALABRÒ

I commissari relatori
MAGRI-SORTINO

11A02207

DELIBERAZIONE 3 febbraio 2011.

Regolamento concernente i criteri per la limitazione temporale di utilizzo dei diritti secondari acquisiti dai fornitori di servizi di media audiovisivi, ai sensi dell'articolo 44, comma 5, del testo unico dei servizi di media audiovisivi e radiofonici. (Deliberazione n. 30/11/CSP).

L'AUTORITÀ PER LE GARANZIE
NELLE COMUNICAZIONI

Nella sua riunione della Commissione per i servizi e i prodotti del 3 febbraio 2011;

Vista la legge 31 luglio 1997, n. 249, recante «Istituzione dell'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni e norme sui sistemi delle telecomunicazioni e radiotelevisivo», pubblicata nel supplemento ordinario n. 154/L alla *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica italiana del 31 luglio 1997, n. 177;

Vista la direttiva 2010/13/UE del Parlamento europeo e del Consiglio del 10 marzo 2010 relativa al coordinamento di determinate disposizioni legislative, regolamentari e amministrative degli Stati membri concernenti la fornitura di servizi di media audiovisivi (direttiva sui servizi di media audiovisivi) che abroga e sostituisce la direttiva 2007/65/CE del Parlamento Europeo e del Consiglio dell'11 dicembre 2007 che modifica la direttiva 89/552/CEE del Consiglio, relativa al coordinamento di determinate disposizioni legislative, regolamentari e amministrative degli Stati membri concernenti l'esercizio delle attività televisive, come modificata dalla direttiva 97/36/CE del Parlamento europeo e del Consiglio del 30 giugno 1997;

Visto il decreto legislativo 31 luglio 2005, n. 177, pubblicato nel supplemento ordinario n. 150 alla *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica italiana del 7 settembre 2005, n. 208, come modificato dal decreto legislativo 15 marzo 2010, n. 44 pubblicato nella *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica italiana del 29 marzo 2010, n. 73, recante il «Testo unico dei servizi di media audiovisivi e radiofonici», ed in particolare l'art. 44, comma 5;

Visto il decreto del Presidente della Repubblica 28 dicembre 2000, n. 445, recante «Testo unico delle disposizioni legislative e regolamentari in materia di documentazione amministrativa» pubblicato nella *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica italiana del 20 febbraio 2001, n. 42;

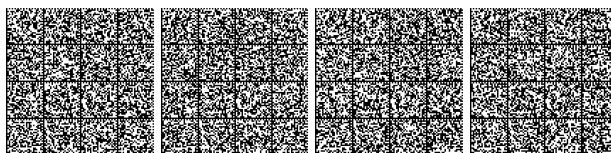
Visto il regolamento concernente i criteri di attribuzione di quote di diritti residuali derivanti dalla limitazione temporale dei diritti di utilizzazione televisiva acquisiti dagli operatori radiotelevisivi approvato con delibera del 22 aprile 2009, n. 60/09/CSP, pubblicata nella *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica italiana n. 152 del 3 luglio 2009;

Vista la propria delibera n. 278/99 del 20 ottobre 1999, recante «Procedura per lo svolgimento di consultazioni pubbliche nell'ambito di ricerche e indagini conoscitive» pubblicata nella *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica italiana del 22 maggio 2009, n. 117;

Rilevato che l'art. 44 del decreto legislativo 31 luglio 2005, n. 177, così come modificato dall'art. 16, comma 1, del decreto legislativo 15 marzo 2010, n. 44, dispone, al comma 5, che «L'Autorità stabilisce con proprio regolamento i criteri per la limitazione temporale di utilizzo dei diritti secondari acquisiti dai fornitori di servizi di media audiovisivi, indipendentemente dalla codifica delle trasmissioni, in misura proporzionale e comunque connessa alla partecipazione finanziaria delle fasi di sviluppo e realizzazione dell'opera da parte dei produttori indipendenti. Gli operatori adottano le procedure di autoregolamentazione per la disciplina dei rapporti tra emittenti televisive, anche analogiche, su qualsiasi piattaforma di trasmissione, e produttori televisivi, da comunicare alla Autorità, che ne verifica la rispondenza a quanto stabilito dal presente comma»;

Considerato che la novella legislativa è di portata tale da rendere opportuna l'integrale sostituzione del regolamento adottato con delibera n. 60/09/CSP e la conseguente predisposizione di un nuovo regolamento concernente i criteri per la limitazione temporale di utilizzo dei diritti secondari acquisiti dai fornitori di servizi di media audiovisivi:

Vista la delibera n. 156/10/CSP con la quale è stata indetta la consultazione pubblica sullo schema di regolamento concernente i criteri per la limitazione temporale di utilizzo dei diritti secondari acquisiti dai fornitori di servizi di media audiovisivi, ai sensi dell'art. 44, comma 5, del testo unico;

Avuto riguardo ai contributi pervenuti in sede di consultazione e alle osservazioni formulate nel corso delle audizioni svolte con i soggetti interessati che ne hanno

fatto richiesta, che hanno dato luogo, in sintesi, alle osservazioni seguenti:

Osservazioni generali.

Alcuni soggetti in generale ritengono sproporzionato l'intervento del regolamento, ed eccepiscono in merito alla potestà regolamentare dell'Autorità, la quale, a loro avviso, si sarebbe dovuta limitare a dettare i criteri di riferimento senza incidere sulle dinamiche contrattuali delle parti. Un soggetto ritiene lo schema incompatibile con la normativa vigente nonché con gli schemi negoziali in essere. Un altro soggetto ritiene che la regolamentazione comprima in modo eccessivo la libertà delle parti. Un soggetto condivide sostanzialmente il regolamento, pur proponendo alcuni emendamenti.

Osservazioni dell'Autorità.

In via preliminare si ribadisce come la potestà regolamentare in capo all'Autorità sia espressamente richiamata dall'art. 44, comma 5, del testo unico, laddove prevede che in questa materia, altrimenti riservata alla libera negoziazione tra le parti, l'Autorità debba stabilire dei criteri. Tuttavia l'intervento della stessa sarebbe del tutto inutile se si risolvesse nella sola previsione di indicazioni di massima che le parti fossero poi libere di applicare o disattendere. Ne consegue che i criteri che l'Autorità è chiamata a dettare non sono meri suggerimenti o vaghe indicazioni prive di conseguenze sul piano giuridico, ma regole vincolanti che limitano, legittimamente, l'ambito dell'autonomia privata sul fondamento della norma di legge che tanto espressamente consente, ed anzi, impone. In merito alla asserita incompatibilità con gli schemi negoziali si precisa che gli aspetti non precisamente richiamati nel regolamento sono demandati alla libera contrattazione tra le parti, così come i limiti temporali indicati costituiscono solo un tetto massimo.

Art. 1.

Definizioni

Un soggetto propone, in via preliminare, di reinserire le definizioni afferenti alle attività di «produzione audiovisiva» e di «autoproduzione» e di «Personal Video Recording», nonché di riformulare opportunamente quelle relative al «Web - Casting» e al «Near Video on Demand».

Un soggetto propone di eliminare la definizione di «format» in quanto non trova alcun riferimento normativo. Evidenzia come l'enunciato proposto appaia mutuato dal tavolo tecnico aperto presso la SIAE allo scopo di individuare una nozione di format condivisa dagli operatori, ma come in tale sede non sia stata trovata alcuna soluzione.

Con riguardo poi ad alcune particolari fattispecie descritte nel regolamento, quali la «fase di sviluppo» e la «fase di realizzazione» alcuni soggetti suggeriscono di escludere dalla prima definizione e includere nella seconda le attività volte alla realizzazione dei costumi e delle scenografie e l'individuazione delle location e dei teatri di posa. Due soggetti ritengono che si debba ricomprendere nella fase di sviluppo l'intero *iter* relativo alla procedura di attivazione del progetto (es. costo per l'acquisizione dei diritti da parte degli autori e il costo relativo alla commissione di soggetti e sceneggiature etc.) e propongono di eliminare l'espressione «la messa in onda» ed inserire la dicitura «il collaudo e la consegna materiale».

Relativamente alla definizione di diritti primari molti soggetti suggeriscono una riformulazione tesa a precisare come la stessa includa tutti i diritti relativi alla produzione audiovisiva acquisiti dal fornitore di servizi media indipendentemente dalle piattaforme/modalità trasmissive utilizzate, da esercitarsi entro il periodo di limitazione temporale convenuto tra le parti. Sul punto, due soggetti sottolineano l'esigenza di collegare la definizione di diritto primario all'esercizio dei diritti e al loro sfruttamento economico, piuttosto che alla piattaforma di utilizzo, in modo da consentire all'emittente di poter rientrare degli investimenti fatti, evidenziando come tale aspetto sia particolarmente rilevante nel nuovo scenario tecnologico e di mercato che vede i fornitori di servizi di media audiovisivi presenti su diverse piattaforme di trasmissione. Un soggetto osserva come per diritto primario sia da considerare il diritto singolo relativo alla prima trasmissione televisiva su una qualsiasi piattaforma.

Altri soggetti suggeriscono di legare la definizione di utilizzo allo sfruttamento dell'opera in quanto coerente con la realtà di mercato.

Osservazioni dell'Autorità.

L'inserimento delle definizioni di attività di produzione e di autoproduzione, così come quelle di «Personal Video Recording», «Web - Casting» e «Near Video on Demand» non appare rilevante ai fini del campo di applicazione del presente regolamento, che non prevede alcuna qualificazione di natura regolamentare per tali attività.

La proposta di eliminazione della definizione di «format» appare meritevole di accoglimento alla luce di quanto esposto dalla parte, in quanto l'inserimento della definizione derivava proprio nella proposta avanzata in sede di tavolo tecnico presso la SIAE. Pertanto in mancanza di un accordo condiviso si ritiene di demandare alle parti la definizione di volta in volta, mantenendo tuttavia il riferimento al format nel regolamento, tra le definizioni di determinate opere audiovisive anche derivanti da format, in modo che possa rientrare nel campo di applicazione.

Con riferimento alla definizione delle fasi di sviluppo e di realizzazione, si registrano opinioni differenti tra gli operatori sulle attività da includere o da escludere. Numerosi soggetti hanno altresì evidenziato come non esista una definizione univoca ma come la stessa sia suscettibile di variare in ragione dei diversi generi di prodotto audiovisivo. Pertanto, in accoglimento di una istanza generale rappresentata da più operatori, si ravvisa l'opportunità di indicare le sole caratteristiche principali delle due fasi,

demandando, caso per caso, la definizione dei dettagli delle stesse alle singole parti. Tale avviso trova un'ulteriore conferma anche in considerazione della varietà di generi di opere e della conseguente differenza nelle attività relative alle fasi di sviluppo e realizzazione, circostanza questa che comporta l'impossibilità di adattare uno schema unico di definizione per tali attività valevole per tutti i generi di opera audiovisiva.

In accoglimento di quanto diffusamente rappresentato dagli operatori, appare opportuno modificare la definizione di diritti primari demandando l'identificazione delle specifiche modalità di utilizzo alle singole parti, fermo restando che i limiti temporali di utilizzo dei diritti secondari decorrono a partire dalla prima trasmissione televisiva su qualsiasi mezzo e modalità, come indicato all'art. 4, comma 1, del regolamento. A seguito di tale modifica e con riferimento alla nozione di diritti secondari, la definizione proposta consente di definire come secondari alcuni diritti considerati primari, decorso un primo periodo di utilizzo e sfruttamento, senza esclusioni ex ante e con modalità maggiormente attinenti alle possibilità di sfruttamento delle opere audiovisive, tenendo in questo modo conto del quadro tecnologico e competitivo di riferimento, da cui emerge come la modalità di sfruttamento di un'opera audiovisiva non sia più direttamente connessa a rigidi passaggi temporali tra piattaforme, ovvero le c.d. finestre, ma bensì comporti un ciclo di sfruttamento economico flessibile in modalità multi-piattaforma. In ogni caso non sono conformi alla normativa vigente gli accordi diretti a qualificare come diritti primari la totalità dei diritti di sfruttamento dell'opera audiovisiva oggetto di contrattazione, in quanto una qualificazione degli stessi per tutte le piattaforme e per un periodo temporale indeterminato, comporterebbe un restringimento dei diritti secondari tale da depauperane il valore, in evidente contraddizione con il dettato della norma.

Alla luce della nuova formulazione fornita in materia di diritti primari, e con specifico riferimento al territorio Italiano come ambito di sfruttamento degli stessi, si ritiene congruente con l'impianto logico sotteso al presente regolamento, l'espressa inclusione tra i diritti secondari di quelli c.d. «esteri». Ciò in accordo con la natura meramente residuale, intesa nel senso di onnicomprensività delle fattispecie non incluse nella categoria dei diritti primari e non sostanziale, con la quale l'Autorità ha ritenuto di dover definire i diritti c.d. «secondari». In aggiunta a ciò, giova rilevare come tale formulazione sia in linea con le attuali dinamiche di mercato, per le quali la commercializzazione dei diritti sull'estero rappresenta un comparto a sé stante, all'interno del quale i produttori indipendenti possono trovare importanti opportunità commerciali.

Con riferimento alla definizione di utilizzo, si conferma quanto già indicato nello schema di regolamento, in quanto l'enunciato è propedeutico ad individuare con certezza il *dies a quo* di decorrenza dei limiti temporali di cui all'art. 4, ovvero a partire dalla data di prima trasmissione.

Art. 2.

Campo di applicazione

Alcuni soggetti osservano come l'enunciato oltrepassi la potestà regolamentare discendente dalla norma primaria. Un soggetto propone l'eliminazione di siffatto articolo in ragione della modifica delle definizioni relative ai diritti primari e secondari. Un altro soggetto ritiene opportuno, al fine di non creare dubbi interpretativi in sede di applicazione della disciplina di specie, emendare il testo dell'articolo specificando come oggetto dello stesso sia la definizione dei criteri per la determinazione del termine entro il quale il fornitore di servizi di media audiovisivi esercita autonomamente i c.d. diritti secondari. Un soggetto ritiene che l'Autorità debba dettare criteri vincolanti anche per la predisposizione dei codici di autoregolamentazione.

Osservazioni dell'Autorità.

Il campo di applicazione è identificato dall'art. 44, comma 5, del testo unico dei servizi di media audiovisivi, per il quale valgono le osservazioni riportate in merito alla potestà regolamentare dell'Autorità. Al fine di definire con precisione la portata dell'intervento regolamentare, così come rappresentato da più parti, si ritiene però opportuno l'inserimento di un comma 2 con il quale si specifica che quanto non espressamente previsto si intende demandato alle singole parti. Di conseguenza si ravvisa l'opportunità di eliminare l'art. 4, comma 4, del testo sottoposto a consultazione e relativo alla libera trattazione per le opere in pre-acquisto e in licenza, in quanto ampiamente incluso nel nuovo comma 2, dell'art. 2.

Art. 3.

Produzione audiovisiva

Un soggetto propone di delimitare l'ambito di validità e/o di applicabilità delle definizioni contenute nell'articolo in oggetto e di commisurare le quote di partecipazione finanziaria alle fasi di sviluppo e di realizzazione della «produzione audiovisiva prevalentemente finanziata» al costo complessivo delle stesse.

Due soggetti, relativamente alla partecipazione finanziaria alle fasi di sviluppo e realizzazione dell'opera in caso di coproduzione (comma 2), propongono l'adozione di una quota unica pari al 10% del costo complessivo dell'intera produzione, in quanto, a loro avviso, tale soluzione risulta esser maggiormente in linea con gli standard internazionali, nonché con le dinamiche economiche presenti nel mercato di riferimento evidenziando come i budget di produzione contengono una di producer's fee ed oneri generali pari almeno al 12%.

Con riguardo, invece, alla produzione audiovisiva prevalentemente finanziata da un fornitore di servizi di media audiovisivi, un soggetto ritiene necessaria l'adozione di un'unica quota di partecipazione finanziaria a carico

del produttore indipendente, pari al 5% complessivo sia della fase di sviluppo che della realizzazione. Un soggetto ritiene troppo bassa la soglia in quanto non corrispondente alla realtà del mercato e alle quote spettanti al produttore. Due soggetti chiedono lo stralcio dal testo della previsione di detta fattispecie in quanto la relativa disciplina delineata dal regolamento, nell'imporre delimitazioni temporali all'utilizzo di tali opere, attribuirebbe al ruolo del produttore indipendente un rilievo sproporzionato in rapporto al limitato coinvolgimento finanziario ed editoriale dello stesso.

Relativamente alla produzione audiovisiva in pre-acquisto e licenza, due soggetti ritengono che vada chiarita esplicitamente l'esclusione di tali fattispecie dall'ambito di applicabilità del regolamento in oggetto.

Relativamente alle attività minime un soggetto chiede di specificare che alle stesse possono partecipare anche i fornitori di servizi di media audiovisivi e che possono essere realizzate dal produttore anche a seguito della conclusione del contratto. Un soggetto chiede l'eliminazione della previsione in quanto ritenuta pleonastica essendo quelle le uniche e sole attività poste in essere dal produttore indipendente.

Osservazioni dell'Autorità.

Come già evidenziato per l'art. 1, l'eliminazione della definizione di «format» non contrasta con il riferimento allo stesso di cui all'art. 3, comma 1, lettera *c)*, in quanto la specificazione appare necessaria per l'inclusione di tali generi nell'ambito di applicazione del regolamento, pur demandando la nozione di «format» alla prassi contrattuale. Coerentemente con quanto stabilito per la definizione delle fasi di sviluppo e realizzazione, e in accoglimento di quanto rappresentato da più parti, si ritiene opportuno unificare in un'unica quota il contributo finanziario alle due fasi, ovvero quella di sviluppo e quella di realizzazione, nel caso di coproduzione e produzione prevalentemente finanziata da un fornitore di servizi di media audiovisivi. Difatti il comma 5 dell'art. 44 prevede una connessione dei criteri per la limitazione temporale di utilizzo dei diritti secondari con la partecipazione del produttore ad entrambi le fasi. Con riferimento alla coproduzione si accoglie la richiesta di una fissazione della quota al 10% del finanziamento complessivo. Con riferimento alla produzione prevalentemente finanziata da un fornitore di servizi di media audiovisivi seconda una quota complessiva pari al 5%. Tali percentuali risultano maggiormente in linea con le prassi contrattuali e con le stime di costo attualmente riscontrabili nel mercato di riferimento. Da un'attenta analisi dei principali parametri che compongono la voce di cui sopra, è emerso come la quantificazione in oggetto costituisca, ad avviso dell'Autorità, una giusta ponderazione degli stessi, la quale tiene inoltre conto, in una logica di rispetto del dettato legislativo, da un lato delle esigenze di profittabilità economica dei broadcaster, e dall'altro di quelle di sostenibilità economico finanziaria dei produttori indipendenti, nonché risulta esser maggiormente attinente alle dinamiche di mercato, come peraltro emerso nel corso della consultazione pubblica.

Con riferimento alle modalità di pre-acquisto e licenza, non si ritiene opportuna l'inclusione espressa di tale fattispecie contrattuale tra le previsioni del presente regolamento, per un duplice ordine di ragioni. La prima attiene direttamente alla natura e al meccanismo di funzionamento sotteso al suddetto rapporto negoziale, in quanto lo stesso, non prevedendo ab origine la cessione di diritti su opere audiovisive, non può contemplare operazioni di retrocessione afferenti agli stessi. La seconda motivazione, di carattere organizzativo gestionale, è invece riconducibile alle dinamiche inerenti le modalità che sovraintendono alla regolamentazione dei rapporti contrattuali tra le parti, le quali, per come sono strutturate, rendono maggiormente auspicabile l'adozione di un modello liberamente determinato dai diretti interessati. Sul punto, occorre infatti rilevare come la previsione espressa della mancata applicabilità del presente regolamento alla fattispecie di cui all'oggetto sortirebbe l'effetto di creare una situazione di incertezza nei rapporti tra emittente e produttore e risulterebbe foriera di potenziali conflitti tra gli stessi. Si ritiene comunque utile mantenere la sola definizione di tali tipologie al fine di distinguerle dalle modalità di produzione soggette alla disciplina del regolamento.

Si ritiene opportuno mantenere il riferimento alle attività minime nei casi di produzione prevalentemente finanziata dal fornitore di servizi di media audiovisivi al fine di definire un complesso di attività integrative all'apporto finanziario per tale tipologia di produzione. Appare meritevole di accoglimento la richiesta di demandare le modalità di realizzazione delle stesse a quanto stabiliscono le parti, anche in differenti fasi del rapporto contrattuale, in quanto costituisce un comportamento abituale delle relazioni in essere.

Art. 4.

Limiti temporali

Due soggetti, in coerenza con la definizione proposta di diritti primari, chiedono di far coincidere il *dies a quo* per la decorrenza della limitazione temporale di cui all'oggetto dal primo utilizzo dei diritti primari, in luogo della prima «messa in onda». Due soggetti ritengono di demandare tale aspetto all'autonomia contrattuale delle parti. Un altro soggetto chiede che il limite temporale decorra dalla consegna dell'opera e non dalla sua trasmissione.

Relativamente, invece, alla coproduzione, due soggetti propongono di rivedere i periodi di esclusiva per le emittenti, in quanto giudicati dalle stesse eccessivamente

ristretti. Un soggetto in particolare chiede di demandare ogni limite alla libera contrattazione delle parti.

Alcuni soggetti chiedono di eliminare il meccanismo di c.d. «decalage», in quanto: *i)* si innesta in uno specifico negoziale attraverso una normativa di dettaglio che avrebbe l'effetto paradossale di limitare a soli 18 mesi i diritti per le emittenti italiane; *ii)* vanifica totalmente quanto disposto in materia di cartoni animati, posto che nel comparto dell'animazione i coproduttori partecipano quasi sempre con quote inferiori al 50% del budget complessivo. In ogni caso, poi, osservano che, al termine del periodo di esclusiva titolarità di cui all'oggetto, i diritti di utilizzazione in Italia debbano tornare pro quota ai coproduttori, fatta salva la facoltà di demandare la regolazione di siffatto aspetto ad una negoziazione *ad hoc*.

Con riferimento, invece ai diritti relativi alla trasmissione della produzione audiovisiva all'estero, un soggetto ritiene che non possono esserci limitazioni temporali e che la titolarità vada definita caso per caso.

Con riferimento, invece, alla produzione prevalentemente finanziata da un fornitore di servizi audiovisivi, un soggetto auspica che venga rivista, in aumento, la durata delle finestre temporali (comma 5), al fine di differenziare maggiormente l'appalto e le produzioni quasi totalmente finanziate dall'emittente, dalla coproduzione.

Un soggetto chiede una riduzione del limite temporale a tre anni nei casi di coproduzione e a quattro anni nei casi di opera prevalentemente finanziata da un fornitore di servizi di media audiovisivi per le fiction e gli spettacoli di intrattenimento.

Con riferimento alla cogestione dei diritti alcuni soggetti chiedono l'eliminazione di tale previsione o che, in subordine, le relative modalità di gestione siano demandate alla libera contrattazione tra le parti, pur ravvisando il rischio di un incremento del contenzioso. Gli stessi soggetti propongono di eliminare ogni riferimento in materia di mancato utilizzo. Un soggetto chiede di fissare la gestione esclusiva dei diritti in capo al produttore e in caso di mancato utilizzo ritiene che al produttore debba essere attribuita la gestione esclusiva dei diritti secondari.

Alcuni soggetti, infine, con riguardo ai limiti di applicabilità del disciplina di specie, propongono che ai contratti stipulati anteriormente all'entrata in vigore del Regolamento, continuino ad applicarsi le disposizioni stabilite negli accordi.

Un soggetto invita a prevedere dei limiti anche per i casi di pre-acquisto e licenza.

Osservazioni dell'Autorità.

Con riferimento alla richiesta di far decorrere i limiti temporali dallo sfruttamento dei diritti si eccepisce la necessità di fissare un termine certo, che può essere garantito solo dalla data di prima trasmissione dell'opera audiovisiva. A tal proposito occorre rilevare come la data di consegna dell'opera non sia un indicatore valido in quanto implicherebbe un meccanismo distorsivo della libertà imprenditoriale dei soggetti, i quali sarebbero obbligati alla messa in onda del prodotto in periodi anche non ottimali, secondo logiche rigide e scollegate dal principale obiettivo di massimizzazione degli ascolti. Con riferimento ai periodi di esclusiva e ai relativi limiti, si rileva come quelli indicati nel regolamento siano termini massimi e come le parti possano convenire per limiti inferiori, così come previsto in modo esplicito al comma 7. Non appare meritevole di accoglimento la richiesta di innalzamento dei limiti temporali per alcune tipologie di opere in quanto penalizzerebbe eccessivamente la possibilità di esercizio dei diritti secondari.

Con riferimento al meccanismo di c.d. «decalage» di cui all'art. 4, comma 3, si condivide quanto rappresentato da più parti nel corso della consultazione, ovvero l'opportunità di sostituire la disposizione di specie con un criterio di ripartizione delle quote dei diritti proporzionale all'apporto finanziario, in modo più lineare con il dettato normativo: ciò anche in considerazione del rischio imprenditoriale assunto dagli stessi nonché della abituale definizione di tali aspetti all'interno dei contratti di coproduzione, come sottolineato da alcuni operatori. L'inclusione di tale indicazione appare comunque utile, da un lato, ad evitare l'istaurarsi di meccanismi di ripartizione delle quote penalizzanti per i produttori e non attinenti con la necessità che questi ultimi dispongano della possibilità di accesso allo sfruttamento dei diritti secondari, e dall'altro a favorire il pieno esercizio della propria indipendenza economica ed editoriale rispetto ai fornitori di servizi di media audiovisivi.

A seguito di quanto rappresentato nelle osservazioni di cui all'art. 2 e all'art. 3 in merito alle produzioni in licenza e pre-acquisto, si ritiene necessario eliminare la disposizione indicata al comma 4 dell'art. 4 del testo sottoposto a consultazione.

Con riferimento alla possibilità di detrarre la quota di apporto finanziario dal compenso percepito dal produttore indipendente, al fine di ovviare a possibili contenziosi, l'attuale declinazione della disposizione appare sufficientemente chiara a prevedere che la stessa sia una facoltà delle parti e non una mera imposizione.

Nel caso di mancato utilizzo del prodotto, la previsione regolamentare si rende necessaria al fine di tutelare la diffusione delle opere audiovisive. Il termine di due anni appare congruo per non limitare l'attività dei fornitori di servizi di media audiovisivi. In merito alle modalità di esercizio dei diritti appare meritevole di accoglimento la proposta di definire contrattualmente le stesse al fine di prevenire possibili contenziosi.

In merito ai contratti stipulati anteriormente si accoglie la proposta di far valere la disciplina allora vigente in quanto utile ad evitare incertezze sul quadro giuridico applicabile, sulla bease del principio tempus regit actum.

Art. 5.

Procedure di autoregolamentazione

Alcuni soggetti auspicano che vengano precisate le modalità di implementazione relative alle procedure di autoregolamentazione nonché di stabilire, relativamente alle stesse, tempistiche certe, anche con la previsione di un termine perentorio per la loro presentazione all'Autorità. Un soggetto chiede l'eliminazione della disposizione in quanto ritenuta rappresentativa di un eccesso di delega. Un soggetto propone l'introduzione di un termine perentorio per l'adozione dei codici nonché il ripristino della disciplina già prevista dalla delibera n. 60/09/CSP per la loro approvazione.

Osservazioni dell'Autorità.

In merito all'introduzione di tempistiche certe inerenti l'approvazione delle suddette procedure, si accoglie quanto richiesto, disponendo un termine per l'adozione e l'invio delle procedure di autoregolamentazione. Le modalità di approvazione da parte dell'Autorità sono implicitamente demandate ai principi generali in materia di procedimento amministrativo, di cui alla legge n. 241/1990 così come modificata dalla legge n. 69/2009.

Inoltre, si reputa opportuno recepire l'istanza presentata da un soggetto relativamente all'introduzione di principi generali a cui i fornitori di servizi media audiovisivi dovranno attenersi in sede di elaborazione delle procedure di autoregolamentazione volte a disciplinare i rapporti con i produttori indipendenti. In via generale, siffatti principi dovranno garantire che i rapporti di specie si svolgano secondo criteri di equità e non discriminazione e che la negoziazione dei singoli diritti avvenga in maniera autonoma, al fine di consentire la valorizzazione di ciascuno di essi. Tale inserimento appare propedeutico all'instaurazione di una corretta prassi contrattuale tra operatori televisivi e produttori volta a promuovere la crescita del settore della produzione televisiva indipendente.

Art. 6.

Vigilanza e sanzioni

Un soggetto eccepisce l'eccesiva onerosità delle sanzioni previste al Regolamento di specie. Altri soggetti eccepiscono la potestà sanzionatoria. Un soggetto avanza dei rilievi in merito all'applicabilità del comma 30, art. 1, della legge n. 249/1997 e ritiene ultroneo il riferimento al comma 31 dello stesso articolo di cui sopra. Al contrario, sembra congruo il richiamo all'impianto sanzionatorio delineato dalle disposizioni di cui agli articoli 5l, comma 1, lettera *g)*, comma 2, lettera *d)* e comma 9 del testo unico.

Un soggetto ritiene che il presidio sanzionatorio sia applicabile anche nel caso di violazione delle procedure di autoregolamentazione.

Osservazioni dell'Autorità.

Relativamente al presidio sanzionatorio di cui all'art. 1, commi 30 e 31 della legge n. 249/1997 si evidenzia come questo valga solo per le norme procedurali del Regolamento, e non per quelle di merito il cui presidio è definito dall'art. 51, comma 3, lettera *b)* del testo unico.

Ritenuto, pertanto, che, a seguito dei rilievi e delle osservazioni formulate nell'ambito della consultazione da parte dei soggetti interessati, debbano essere introdotte, nei limiti esposti, le conseguenti modifiche ed integrazioni allo schema di provvedimento posto in consultazione;

Vista la proposta formulata dalla Direzione contenuti audiovisivi e multimediali;

Udita la relazione dei commissari Gianluigi Magri e Sebastiano Sortino, relatori ai sensi dell'art. 29 del Regolamento concernente l'organizzazione e il funzionamento dell'Autorità;

Delibera:

Articolo unico

1. L'Autorità adotta il Regolamento concernente i criteri per la limitazione temporale di utilizzo dei diritti secondari acquisiti dai fornitori di servizi di media audiovisivi, ai sensi dell'art. 44, comma 5, del testo unico dei servizi di media audiovisivi, riportato nell'allegato A, che costituisce parte integrante della presente delibera.

2. La presente delibera entra in vigore il quindicesimo giorno successivo a quello della sua pubblicazione nella *Gazzetta Ufficiale*.

La presente delibera è pubblicata nel Bollettino ufficiale e nel sito web dell'Autorità.

Napoli, 3 febbraio 2011

Il presidente
CALABRÒ

I commissari relatori
MAGRI-SORTINO

ALLEGATO

Regolamento concernente i criteri per la limitazione temporale di utilizzo dei diritti secondari acquisiti dai fornitori di servizi di media audiovisivi, ai sensi dell'articolo 44, comma 5, del testo unico dei servizi di media audiovisivi e radiofonici.

Articolo 1

Definizioni

1. Ai fini del presente regolamento si intendono per:

a) "Autorità", l'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni istituita dall'art. 1, comma 1 della legge 31 luglio 1997, n. 249;

b) "Testo unico", il decreto legislativo 31 luglio 2005, n. 177 così come modificato dal decreto legislativo del 15 marzo 2010, n. 44;

c) "servizio di media audiovisivo", un servizio, quale definito agli articoli 56 e 57 del Trattato sul funzionamento dell'Unione europea, che è sotto la responsabilità editoriale di un fornitore di servizi di media ed il cui obiettivo principale è la fornitura di programmi al fine di informare, intrattenere o istruire il grande pubblico, attraverso reti di comunicazioni elettroniche. Per siffatto servizio di media audiovisivo si intende o la radiodiffusione televisiva, come definita alla lettera i) dell'articolo 2 del Testo unico e, in particolare, la televisione analogica e digitale, la trasmissione continua in diretta quale il live streaming, la trasmissione televisiva su internet quale il *web casting* e il video quasi su domanda quale il *near video on demand*, o un servizio di media audiovisivo a richiesta, come definito dalla lettera m) dell'articolo 2 del Testo unico. Non rientrano nella nozione di "servizio di media audiovisivo" i servizi prestati nell'esercizio di attività precipuamente non economiche e che non sono in concorrenza con la radiodiffusione televisiva, quali i siti internet privati e i servizi consistenti nella fornitura o distribuzione di contenuti audiovisivi generati da utenti privati a fine di condivisione o di scambio nell'ambito di comunità di interesse; ogni forma di corrispondenza privata, compresi i messaggi di posta elettronica; i servizi la cui finalità principale non è la fornitura di programmi; i servizi nei quali il contenuto audiovisivo è meramente incidentale e non ne costituisce la finalità principale, quali, a titolo esemplificativo:

- i siti internet che contengono elementi audiovisivi puramente accessori, come elementi grafici animati, brevi spot pubblicitari o informazioni relative a un prodotto o a un servizio audiovisivo;
- i giochi in linea;
- i motori di ricerca;
- le versioni elettroniche di quotidiani e riviste;
- i servizi testuali autonomi;

- i giochi d’azzardo con posta in denaro, ad esclusione delle trasmissioni dedicate a giochi d’azzardo e di fortuna;
- ovvero una comunicazione commerciale audiovisiva;

d) “fornitore di servizi di media”, la persona fisica o giuridica cui è riconducibile la responsabilità editoriale della scelta del contenuto audiovisivo del servizio di media audiovisivo e che ne determina le modalità di organizzazione; sono escluse dalla definizione di “fornitore di servizi di media” le persone fisiche o giuridiche che si occupano unicamente della trasmissione o della distribuzione di programmi per i quali la responsabilità editoriale incombe a terzi;

e) “produttori indipendenti”, gli operatori di comunicazione europei che svolgono attività di produzione audiovisiva e che non sono controllati da o collegati a emittenti, anche analogiche, o che per un periodo di tre anni non destinino almeno il 90 per cento della propria produzione ad una sola emittente, anche analogica, ai sensi dell’articolo 2, comma 1, lettera p), del Testo unico;

f) “opere cinematografiche”, le opere audiovisive realizzate su supporti di qualsiasi natura, anche digitale, con contenuto narrativo o documentaristico, purché opere dell'ingegno, ai sensi della disciplina del diritto d'autore, destinate al pubblico, prioritariamente nella sala cinematografica, dal titolare dei diritti di utilizzazione;

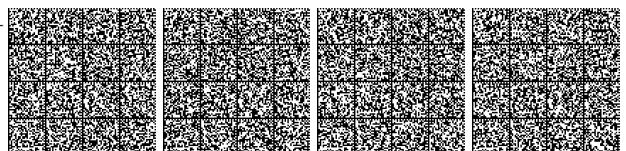
g) “fase di sviluppo”, l’identificazione e il primo sviluppo del progetto del prodotto audiovisivo, nella quale si determinano gli elementi costitutivi del processo ideativo e si predispongono tutte le risorse;

h) “fase di realizzazione”, la fase di esecuzione dell’attività finalizzata alla produzione materiale dell’opera audiovisiva;

i) “diritti primari”, i diritti relativi alla trasmissione di un’opera audiovisiva in Italia sulle reti di comunicazione elettronica come individuati contrattualmente dalle parti. In ogni caso non sono conformi alla normativa vigente gli accordi diretti a qualificare come diritti primari la totalità dei diritti di sfruttamento dell’opera audiovisiva oggetto di contrattazione su tutte le piattaforme. La durata dei diritti primari sarà determinata dalle parti;

j) “diritti secondari”: i diritti diversi da quelli indicati alla lettera i), nonché i diritti relativi alla trasmissione della produzione audiovisiva all’estero;

k) “utilizzo”: l’effettiva trasmissione su reti di comunicazione elettronica dei diritti primari o secondari relativi all’opera audiovisiva;

2. Per quanto non espressamente previsto dal presente articolo, si applicano le definizioni di cui all’articolo 2 del Testo unico e dei regolamenti attuativi predisposti dall’Autorità.

Articolo 2

Campo di applicazione

1. Il presente regolamento stabilisce i criteri per la limitazione temporale di utilizzo dei diritti secondari acquisiti dai fornitori di servizi di media audiovisivi, ai sensi dell'articolo 44, comma 5 del Testo unico, connessi alle modalità di produzione delle opere audiovisive.
2. Quanto non espressamente previsto dal presente regolamento si intende demandato alla libera contrattazione tra le parti nel rispetto dei codici di autoregolamentazione.

Articolo 3

Produzione audiovisiva

1. Per opera audiovisiva si intendono:

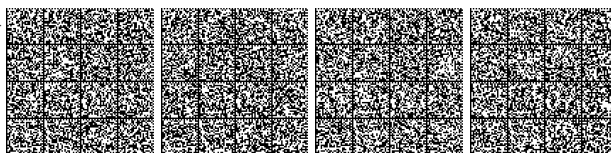
a. le opere cinematografiche;
b. le opere di fiction (cortometraggi, film tv, tv movie, serie, miniserie, serial ecc.);
c. gli spettacoli e i programmi di contenuto culturale, musicale, sportivo e di intrattenimento anche derivanti da *format* di cui all'articolo 1, lett. g);
d. i cartoni animati;
e. i documentari.

2. Per produzione audiovisiva in coproduzione si intendono le opere audiovisive coprodotte dall'operatore radiotelevisivo e da un produttore indipendente alle quali quest'ultimo ha contribuito in misura non inferiore al 10% del costo complessivo.
3. Per produzione audiovisiva in pre-acquisto si intendono le opere audiovisive realizzate da un produttore indipendente, il cui diritto di utilizzazione è acquistato dal fornitore di servizi di media audiovisivi prima dell'opera finita, entro limiti concordati.
4. Per produzione audiovisiva in licenza di prodotto si intendono le opere audiovisive realizzate da un produttore indipendente, il cui diritto di utilizzazione è acquistato dal fornitore di servizi di media audiovisivi ad opera finita.
5. Per produzione audiovisiva prevalentemente finanziata da un fornitore di servizi di media audiovisivi si intendono le opere audiovisive, il cui progetto sia stato sviluppato e realizzato da un produttore indipendente con una partecipazione non inferiore al 5% del costo complessivo e che abbia svolto almeno le seguenti attività minime, anche in fasi successive e anche a seguito della conclusione del contratto con il fornitore di servizi di media audiovisivi:

i. la scelta di un “soggetto” e l’acquisizione dei relativi diritti esclusivi di elaborazione e utilizzazione necessari per la realizzazione e lo sfruttamento dell’opera audiovisiva ;
ii. l’affidamento dell’incarico di elaborazione della sceneggiatura, anche laddove il fornitore di servizi di media audiovisivi abbia partecipato alla scelta;
iii. l’effettuazione dei sopralluoghi per l’individuazione dei luoghi di ripresa dell’opera audiovisiva anche laddove il fornitore di servizi di media audiovisivi abbia offerto un contributo di indirizzo e supporto ;
iv. l’individuazione degli attori e del regista e, più in generale, dei principali componenti del cast artistico e tecnico, anche laddove il fornitore di servizi di media audiovisivi abbia partecipato alle relative scelte, nonché l’acquisizione delle loro prestazioni artistiche e dei relativi diritti;
v. l’elaborazione di un piano di lavorazione e di un preventivo dei costi di produzione dell’opera audiovisiva.

Articolo 4

Criteri di limitazione temporale

1. I termini della limitazione temporale di utilizzo dei diritti secondari acquisiti dai fornitori di servizi di media audiovisivi decorrono dal primo utilizzo dei diritti primari.
2. Per la produzione audiovisiva in coproduzione di cui all’art. 3, comma 2, i termini della limitazione temporale di cui all’oggetto sono così ripartiti tra i diversi generi:
   i) cinque anni per le opere di cui all’articolo 3, comma 1 lettere a), b) e c);
   ii) sette anni per le opere di cui all’articolo 3, comma 1, lettera d);
   iii) tre anni per le opere di cui all’articolo 3, comma 1 lettera e).
3. Per la produzione audiovisiva di cui all’art. 3, comma 5, i termini della limitazione temporale di cui all’oggetto sono così ripartiti tra i diversi generi:
   i) sei anni per le opere di cui all’articolo 3, comma 1 lettere a), b) e c) ;
   ii) otto anni per le opere di cui all’articolo 3, comma 1, lettera d);
   iii) quattro anni per le opere di cui all’articolo 3, comma 1 lettera e).
4. Nei casi previsti dal comma 3, la quota di partecipazione del produttore indipendente alla fase di realizzazione può essere dedotta dal compenso che lo stesso percepisce per la prestazione esecutiva e per altre prestazioni accessorie.

5. La determinazione delle quote di diritti da attribuire ai produttori indipendenti deve rispettare criteri di proporzionalità riferita all'apporto finanziario del produttore alle fasi di sviluppo e realizzazione dell'opera.
6. Qualora la durata dei diritti primari contrattata tra le parti sia superiore ai termini indicati nei commi 2 e 3, la limitazione temporale di utilizzo dei diritti secondari decorre immediatamente allo spirare dei diritti primari.
7. Qualora uno o più diritti acquisiti dal fornitore di servizi di media audiovisivi non vengano utilizzati entro due anni dalla consegna del prodotto, decorso tale termine gli stessi possono essere utilizzati dal fornitore di servizi di media audiovisivi e dal produttore indipendente secondo le modalità previste contrattualmente dalla parti.
8. È fatta salva la facoltà per le parti di stabilire termini inferiori rispetto a quelli previsti dal presente articolo.
9. Ai contratti stipulati anteriormente all'entrata in vigore del decreto legislativo 15 marzo 2010, n. 44, si applica la disciplina vigente alla data della stipula.

Articolo 5

Procedure di autoregolamentazione

1. Ciascun fornitore di servizi di media audiovisivi adotta una propria procedura di autoregolamentazione per la disciplina dei rapporti tra emittenti televisive, anche analogiche, su qualsiasi piattaforma di trasmissione, e produttori televisivi, secondo quanto previsto dall'art. 44, comma 5 del Testo unico.
2. Le procedure di autoregolamentazione di cui al comma 1, devono garantire che i rapporti tra i fornitori di servizi media audiovisivi e i produttori indipendenti si svolgano secondo i principi di equità e non discriminazione e che la negoziazione dei singoli diritti avvenga in maniera autonoma, al fine di consentire la valorizzazione di ciascuno di essi.
3. La procedura di autoregolamentazione di cui al comma 1 è trasmessa all'Autorità entro centoventi giorni dalla entrata in vigore del presente regolamento per la verifica, secondo le modalità e i termini di cui alla legge 7 agosto 1990, n. 241, del rispetto dei principi di cui all'art. 44, comma 5 del Testo unico e del presente regolamento, prima della sua effettiva applicazione. Le eventuali variazioni al documento originariamente trasmesso devono essere comunicate all'Autorità entro il termine di trenta giorni dalla loro adozione, per le verifiche di cui al precedente periodo.

Articolo 6

Vigilanza e sanzioni

1. Salvo quanto disposto dall'articolo 51, comma 2, lettera d) del Testo unico per le violazioni dell'articolo 44 del medesimo Testo unico, all'inosservanza delle disposizioni previste dal presente regolamento si applica il disposto dell'articolo 1, commi 30 e 31, della legge 31 luglio 1997, n. 249.

11A02208

ALFONSO ANDRIANI, *redattore*
DELIA CHIARA, *vice redattore*

(WI-GU-2011-SON-036) Roma, 2011 - Istituto Poligrafico e Zecca dello Stato S.p.A. - S.

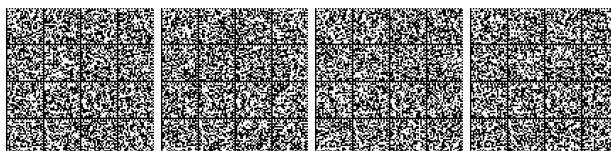
MODALITÀ PER LA VENDITA

La «Gazzetta Ufficiale» e tutte le altre pubblicazioni dell'Istituto sono in vendita al pubblico:

- **presso l'Agenzia dell'Istituto Poligrafico e Zecca dello Stato S.p.A. in ROMA, via Principe Umberto 4, 00185 Roma - ☎ 06 85082147;**
- **presso le librerie concessionarie riportate nell'elenco consultabile sul sito www.ipzs.it, al collegamento rete di vendita (situato sul lato destro della pagina).**

L'Istituto conserva per la vendita le Gazzette degli ultimi 4 anni fino ad esaurimento. Le richieste per corrispondenza potranno essere inviate a:

Istituto Poligrafico e Zecca dello Stato
Area Marketing e Vendite
Via Salaria, 1027
00138 Roma
fax: 06-8508-3466
e-mail: gestionegu@ipzs.it

avendo cura di specificare nell'ordine, oltre al fascicolo di GU richiesto, l'indirizzo di spedizione e di fatturazione (se diverso) ed indicando i dati fiscali (codice fiscale e partita IVA, se titolari) obbligatori secondo il DL 223/2007. L'importo della fornitura, maggiorato di un contributo per le spese di spedizione, sarà versato in contanti alla ricezione.

DELLA REPUBBLICA ITALIANA

CANONI DI ABBONAMENTO ANNO 2011 (salvo conguaglio)

GAZZETTA UFFICIALE - PARTE I (legislativa)

			CANONE DI ABBONAMENTO	
Tipo A	Abbonamento ai fascicoli della serie generale, inclusi tutti i supplementi ordinari:			
	*(di cui spese di spedizione € 257,04)**	- annuale	€	**438,00**
	*(di cui spese di spedizione € 128,52)**	- semestrale	€	**239,00**
Tipo A1	Abbonamento ai fascicoli della serie generale, inclusi i soli supplementi ordinari contenenti i provvedimenti legislativi:			
	*(di cui spese di spedizione € 132,57)**	- annuale	€	**309,00**
	*(di cui spese di spedizione € 66,28)**	- semestrale	€	**167,00**
Tipo B	Abbonamento ai fascicoli della serie speciale destinata agli atti dei giudizi davanti alla Corte Costituzionale:			
	*(di cui spese di spedizione € 19,29)**	- annuale	€	**68,00**
	*(di cui spese di spedizione € 9,64)**	- semestrale	€	**43,00**
Tipo C	Abbonamento ai fascicoli della serie speciale destinata agli atti della CE:			
	*(di cui spese di spedizione € 41,27)**	- annuale	€	**168,00**
	*(di cui spese di spedizione € 20,63)**	- semestrale	€	**91,00**
Tipo D	Abbonamento ai fascicoli della serie destinata alle leggi e regolamenti regionali:			
	*(di cui spese di spedizione € 15,31)**	- annuale	€	**65,00**
	*(di cui spese di spedizione € 7,65)**	- semestrale	€	**40,00**
Tipo E	Abbonamento ai fascicoli della serie speciale destinata ai concorsi indetti dallo Stato e dalle altre pubbliche amministrazioni:			
	*(di cui spese di spedizione € 50,02)**	- annuale	€	**167,00**
	(di cui spese di spedizione € 25,01)	- semestrale	€	**90,00**
Tipo F	Abbonamento ai fascicoli della serie generale, inclusi tutti i supplementi ordinari, e dai fascicoli delle quattro serie speciali:			
	(di cui spese di spedizione € 383,93)*	- annuale	€	**819,00**
	*(di cui spese di spedizione € 191,46)**	- semestrale	€	**431,00**
Tipo F1	Abbonamento ai fascicoli della serie generale inclusi i supplementi ordinari con i provvedimenti legislativi e ai fascicoli delle quattro serie speciali:			
	*(di cui spese di spedizione € 264,45)**	- annuale	€	**682,00**
	*(di cui spese di spedizione € 132,22)**	- semestrale	€	**357,00**

N.B.: L'abbonamento alla GURI tipo A, A1, F, F1 comprende gli indici mensili
Integrando con la somma di € 80,00 il versamento relativo al tipo di abbonamento alla ***Gazzetta Ufficiale*** - parte prima - prescelto, si riceverà anche l'**Indice Repertorio Annuale Cronologico per materie anno 2011.**

CONTO RIASSUNTIVO DEL TESORO

Abbonamento annuo (incluse spese di spedizione) € **56,00**

PREZZI DI VENDITA A FASCICOLI

(Oltre le spese di spedizione)

Prezzi di vendita:		
	serie generale	€ 1,00
	serie speciali (escluso concorsi), ogni 16 pagine o frazione	€ 1,00
	fascicolo serie speciale, *concorsi*, prezzo unico	€ 1,50
	supplementi (ordinari e straordinari), ogni 16 pagine o frazione	€ 1,00
	fascicolo Conto Riassuntivo del Tesoro, prezzo unico	€ 6,00

I.V.A. 4% a carico dell'Editore

PARTE I - 5ª SERIE SPECIALE - CONTRATTI ED APPALTI

*(di cui spese di spedizione € 127,00)**	- annuale	€	**295,00**
*(di cui spese di spedizione € 73,20)**	- semestrale	€	**162,00**

GAZZETTA UFFICIALE - PARTE II

*(di cui spese di spedizione € 39,40)**	- annuale	€	**85,00**
*(di cui spese di spedizione € 20,60)**	- semestrale	€	**53,00**

Prezzo di vendita di un fascicolo, ogni 16 pagine o frazione (oltre le spese di spedizione)
I.V.A. 20% inclusa € 1,00

RACCOLTA UFFICIALE DEGLI ATTI NORMATIVI

Abbonamento annuo € **190,00**
Abbonamento annuo per regioni, province e comuni - SCONTO 5% € **180,50**
Volume separato (oltre le spese di spedizione) € 18,00
I.V.A. 4% a carico dell'Editore

Per l'estero i prezzi di vendita, in abbonamento ed a fascicoli separati, anche per le annate arretrate, compresi i fascicoli dei supplementi ordinari e straordinari, devono intendersi raddoppiati. Per il territorio nazionale i prezzi di vendita dei fascicoli separati, compresi i supplementi ordinari e straordinari, relativi ad anni precedenti, devono intendersi raddoppiati. Per intere annate è raddoppiato il prezzo dell'abbonamento in corso. Le spese di spedizione relative alle richieste di invio per corrispondenza di singoli fascicoli, vengono stabilite, di volta in volta, in base alle copie richieste.

N.B. - Gli abbonamenti annui decorrono dal 1° gennaio al 31 dicembre, i semestrali dal 1° gennaio al 30 giugno e dal 1° luglio al 31 dicembre.

RESTANO CONFERMATI GLI SCONTI IN USO APPLICATI AI SOLI COSTI DI ABBONAMENTO

ABBONAMENTI UFFICI STATALI

Resta confermata la riduzione del 52% applicata sul solo costo di abbonamento

* tariffe postali di cui al Decreto 13 novembre 2002 (G.U. n. 289/2002) e D.P.C.M. 27 novembre 2002 n. 294 (G.U. 1/2003) per soggetti iscritti al R.O.C.